



مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان:
تصویری روزآمد و کارآمدتر از فعالیت
نمایشگاهی را خلق کرده‌ایم



نشریه داخلی انجمن نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران



تاکید مقام معظم رهبری بر رفع مشکلات معیشتی:
سال جهش تولید با مشارکت مردم

مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران تاکید کرد:

توسعه کمی و کیفی سایت‌های نمایشگاهی کشور



کشور از گذشته مورد توجه دولت بوده و در این راستا همچنین سازمان توسعه تجارت به عنوان متولی تجارت خارجی و حوزه نمایشگاهی کشور به این بخش توجه ویژه داشته است.

توسعه تجارت ایران در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص اهمیت برگزاری نمایشگاه‌ها و تأثیرات آن بر اقتصاد، اشتغالزایی و حمایت از تولید داخل اظهار کرد: نمایشگاه به عنوان پیشران حوزه تجارت و تولید

مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران بر حمایت و کمک این سازمان به انجمن نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران برای ارتقا کمی و کیفی سایت‌ها نمایشگاهی کشور تاکید کرد.

محمود بازاری مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران:

مشوق تولید و صادرات هستیم

تنظیم برنامه‌های نظام‌مند برای ارتقای صنعت نمایشگاهی کشور

نوبین کسب و کار اقدام نمایند.

وی با تأکید بر اهمیت صنعت نمایشگاهی افزود: نمایشگاه‌ها را می‌توان مهمترین ابزار بازاریابی و ارتباطات تجاری B2B یا همان بنگاه به بنگاه به حساب آورد. طبق یک نظرسنجی که توسط انجمن صنعت نمایشگاهی آلمان، که سرآمد کشورهای جهان در این حوزه محسوب می‌شود، منتشر شده است، ۷۴ درصد از مؤسسات و شرکت‌های مشارکت‌کننده در نمایشگاه‌ها، نمایشگاه‌های تجاری را به عنوان عاملی مهم یا بسیار مهم در ارتباطات تجاری‌شان ارزیابی نموده‌اند. در امر بازاریابی، نمایشگاه‌ها با ۴۴ درصد بازگشت سرمایه در صدر ابزارهای بازاریابی قرار دارند؛ ...

صفحه ۳



رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران با بیان اینکه نمایشگاه‌ها را می‌توان مهمترین ابزار بازاریابی و ارتباطات تجاری B2B یا همان بنگاه به بنگاه به حساب آورد، گفت: انجمن نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران با تشویق بخش خصوصی، حامی و مشوق سرمایه‌گذاری‌های مشترک در صنعت تولید و صادرات است.

رحیم جلیلی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران با اشاره به تعریف صنعت نمایشگاهی اظهار کرد: در یک تعریف جامع می‌توان گفت نمایشگاه عبارتست از یک رخداد علمی، اقتصادی و فرهنگی ویژه که در آن عرضه‌کنندگان کالاها، خدمات، ایده‌ها و اطلاعات در یک یا چند زمینه مشخص، در یک زمان و مکان معین گرد هم می‌آیند تا با ارائه توانمندی‌های خود به یکدیگر و بازدیدکنندگان، نسبت به تبادل اطلاعات، فرصت‌ها و توانایی‌ها با هدف توسعه ارتقای فعالیت‌های شغلی و کشف زمینه‌های

مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی چهارمحال و بختیاری:
به اشتغالزایی حاصل از
برگزاری یک نمایشگاه
نگاهی ویژه داریم



مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی زنجان خبر داد:
آمادگی خصوصی‌ترین
مرکز نمایشگاهی کشور
برای میزبانی رویدادهای
نمایشگاهی بین‌المللی



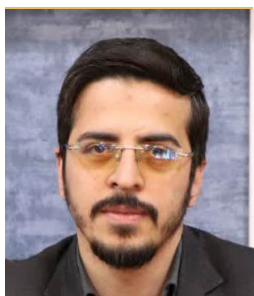
مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی بوشهر:
به دنبال ایجاد فرصت
درآمدهای ارزی و بازار
داخلی و بین‌المللی هستیم



مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی زاهدان:
گسترش مناسبات
سیاسی، فرهنگی و
اقتصادی با برگزاری
نمایشگاه‌های اصولی



مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس:
برگزاری ۱۰۰ رویداد
نمایشگاهی دستاورد بزرگ
نمایشگاه بین‌المللی فارس
در سال ۱۴۰۲



مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان رضوی خبر داد:
چاپ بیش از ۳۰۰ مقاله
و پنج عنوان کتاب
تخصصی در زمینه
مدیریت نمایشگاهی



تاکید مقام معظم رهبری بر رفع مشکلات معیشتی:

سال جهش تولید با مشارکت مردم

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر انقلاب اسلامی در پیامی به‌مناسبت آغاز سال ۱۴۰۳، سال جدید را سال «جهش تولید با مشارکت مردم» نام‌گذاری کردند.

متن پیام رهبر انقلاب اسلامی به شرح زیر است:

بسم الله الرحمن الرحيم
یا مقلب القلوب و الأبصار، یا مدبّر اللیل و النهار، یا مُحَوِّلَ الحَوَالِ و الأحوال، حَوِّلْ حالنا إلى أحسن الحال.

تبریک عرض میکنم به همه‌ی ملت عزیز ایران عید نوروز و سال جدید را که امسال با ماه مبارک رمضان و بهار دلها و بهار معنویت همراه شده است. به طور خاص تبریک عرض میکنم به خانواده‌های ایثارگران و به همه‌ی ملت‌های دیگری که نوروز را گرامی میدارند.

یاد میکنم از شهیدان عزیز و از امام شهیدان که این راه را به روی ملت ایران گشود. آرزو میکنم بهره‌مندی ملت ایران را از هر دو بهار، هم بهار طبیعت و هم بهار معنویت. نگاهی به سال ۱۴۰۲ که این لحظه به پایان رسید بکنیم و نگاهی به سالی که وارد آن شدیم. سال ۱۴۰۲ مثل همه‌ی سالهای دیگر زندگی، انباشته بود از شیرینی‌ها و

تلخی‌ها، از خواسته‌ها و ناخواسته‌ها، این طبیعت دنیا و طبیعت زندگی است. در مسائل داخلی کشور پیشرفتهای چشمگیر علمی، پیشرفتهای فناوری، تولیدات زیربنایی که در سراسر کشور انجام گرفته است، این جزو شیرینی‌ها و خبرهای خوش بود. از سویی دیگر، مشکلات اقتصادی و معیشتی مردم جزو خبرهای تلخ بود. حضور حماسی مردم در اجتماعات روز قدس و روز ۲۲ بهمن، برگزاری امن این تظاهرات بزرگ، برگزاری امن و سالم انتخابات آخر سال و حضورهای مردمی دیگر، جزو خبرهای خوش و خواسته‌های شیرین سال گذشته بود.

حادثه‌ی تلخ کرمان در سالگرد شهید سلیمانی، سیل بلوچستان در اواخر سال، حادثه‌ی که برای مأموران امنیت و حافظان امنیت در طول این ماه‌ها اتفاق افتاد، جزو حوادث تلخ بود و تلخ‌تر از همه حادثه‌ی غزه بود که جزو مسائل مهم بین‌المللی ما است، و حادثه‌ای تلخ‌تر از آن امسال ما نداشتیم. در مسائل خارجی تحرک بین‌المللی دولت در عرصه‌های گوناگون اقتصادی و سیاسی جزو خبرهای شیرین و حوادث مطلوب بود و حادثه‌ی غزه هم که عرض

کردیم جزو تلخ‌ترین حوادث، بلکه تلخ‌ترین حوادث مسائل خارجی ما بود. از خداوند متعال مسئلت میکنیم که تلخی‌ها را جبران کند و ادامه‌ی شیرینی‌ها را به ملت ایران و ملت‌های مسلمان ارزانی بفرماید و آنچه را که مایه‌ی خیر و برکت امت اسلامی است و مایه‌ی خیر و برکت ملت ایران است، به آنها لطف بفرماید. در مورد شعار سال ۱۴۰۲ که عبارت بود از مهار تورم و رشد تولید، کارهای خوبی انجام گرفت. در هر دو بخش شعار، کارهایی انجام گرفت، پیشرفتهایی هم اتفاق افتاد، البته نه به قدر مطلوب — که حالا ان‌شاءالله تفصیل آنها را در سخنرانی امروز عرض خواهیم کرد به ملت ایران — و آنچه که انجام گرفته خوب بود ولی باید ادامه پیدا کند. و این شعار، شعاری نیست که در یک سال توقع داشته باشیم که به نحو مطلوب انجام بگیرد، این شعار همچنان ادامه خواهد داشت.

در سالی که پیش روی ما است و وارد آن شدیم، کارهای زیادی هست که بایستی انجام بگیرد و باید خودمان را به آن متعهد بدانیم، هم مسئولین کشور، دولتی‌ها، مجلس، قوه‌ی قضائیه و دیگران و هم آحاد مردم، همه باید خودمان

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی جنوب شرق ایران (کرمان):

برنامه ریزی برای برگزاری ۲۲ عنوان نمایشگاهی در سال جاری

جانبی نیز برگزار شده است.

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی جنوب شرق ایران (کرمان) ادامه داد: برای سال ۱۴۰۳ نیز ۲۲ عنوان نمایشگاهی برنامه ریزی شده است که در مقایسه با امسال رشد بسیار خوبی از نظر کمی خواهد داشت و تلاش خواهیم کرد در بحث کیفیت برگزاری نیز هر ساله عملکردی بهتر را در مقایسه با سال قبل داشته باشیم.

مقبلی قزایی با اشاره به انجام فعالیت‌های عمرانی برای ارائه بهتر خدمات عنوان کرد: انجام پاره ای تعمیرات، احداث انبار و مرکز خدمات نمایشگاهی و... از اقداماتی است که برای بهبود فضای نمایشگاهی و ارائه بهتر خدمات در دستور کار است.

وی تصریح کرد: توجه بیشتر انجمن نمایشگاهی ایران به فعالیت‌های جمعی، ایجاد نظام صنفی و تبادل تجارب نمایشگاهی میان شهرهای مختلف از مهمترین مسایلی است که به ارتقا سطح کیفی و کمی نمایشگاه‌ها در ایران کمک شایانی می‌کند و از این رو باید در دستور کار باشد.



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی جنوب شرق ایران (کرمان) گفت: ایجاد نظام صنفی و تبادل تجارب نمایشگاهی میان شهرهای مختلف از مهمترین مسایلی است که به ارتقا سطح کیفی و کمی نمایشگاه‌ها در ایران کمک شایانی می‌کند و از این رو باید در دستور کار باشد.

محمد جواد مقبلی قزایی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های کرمان و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان، اظهار کرد: خوشبختانه علی‌رغم شرایط دشوار و نامساعد اقتصادی در سال ۱۴۰۲ توانستیم ۱۶ عنوان نمایشگاهی را در شهر کرمان برای علاقه‌مندان به حوزه‌های مختلف نمایشگاهی برگزار کنیم و پلی میان حوزه تولید و مصرف باشیم.

وی افزود: از این ۱۶ نمایشگاه برگزار شده ۱۲ عنوان نمایشگاه تخصصی بوده که بیانگر توجه ویژه شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی کرمان به بحث برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی است. همچنین همزمان با برگزاری این نمایشگاه‌ها شش رویداد



رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران:

مشوق تولید و صادرات هستیم

تنظیم برنامه‌های نظام‌مند برای ارتقای صنعت نمایشگاهی کشور

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران با بیان اینکه نمایشگاه‌ها را می‌توان مهمترین ابزار بازاریابی و ارتباطات تجاری B2B یا همان بنگاه به بنگاه به حساب آورد، گفت: انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران با تشویق بخش خصوصی، حامی و مشوق سرمایه‌گذاری‌های مشترک در صنعت تولید و صادرات است.

رحیم جلیلی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران با اشاره به تعریف صنعت نمایشگاهی اظهار کرد: در یک تعریف جامع می‌توان گفت نمایشگاه عبارتست از یک رخداد علمی، اقتصادی و فرهنگی ویژه که در آن عرضه‌کنندگان کالاها، خدمات، ایده ها و اطلاعات در یک یا چند زمینه مشخص، در یک زمان و مکان معین گرد هم می‌آیند تا با ارائه توانمندی‌های خود به یکدیگر و بازدیدکنندگان، نسبت به تبادل اطلاعات، فرصت‌ها و توانایی‌ها با هدف توسعه و ارتقای فعالیت‌های شغلی و کشف زمینه‌های نوین کسب و کار اقدام نمایند.

نمایشگاه‌ها مهمترین ابزار بازاریابی و ارتباطات تجاری B2B

وی با تاکید بر اهمیت صنعت نمایشگاهی افزود: نمایشگاه‌ها را می‌توان مهمترین ابزار بازاریابی و ارتباطات تجاری B2B یا همان بنگاه به بنگاه به حساب آورد. طبق یک نظرسنجی که توسط انجمن صنعت نمایشگاهی آلمان، که سرآمد کشورهای جهان در این حوزه محسوب می‌شود، منتشر شده است، ۷۴ درصد از مؤسسات و شرکت‌های مشارکت‌کننده در نمایشگاه‌ها، نمایشگاه‌های تجاری را به عنوان عاملی مهم یا بسیار مهم در ارتباطات تجاری‌شان ارزیابی نموده‌اند. در امر بازاریابی، نمایشگاه‌ها با ۴۴ درصد بازگشت سرمایه در صدر ابزارهای بازاریابی قرار دارند؛ در حالی که بازاریابی مستقیم با ۱۸ درصد و تبلیغات با ۱۵ درصد در رتبه‌های بعدی هستند.

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران گفت: همچنین نمایشگاه‌ها فرصت‌های بی‌بدیلی جهت تبادل اطلاعات، دانش فنی و بررسی‌های تجاری فراهم می‌آورند؛ چرا که خصوصیت متمركزسازی نمایشگاه‌ها به این معنا که جمعی از دست اندرکاران و متخصصین یک یا چند حوزه خدماتی یا صنعتی را در یک محدوده خاص زمانی و مکانی فراهم می‌آورد، بستر مطلوبی را جهت انجام مطالعات علمی با استفاده بهینه از زمان و هزینه مهیا می‌سازد.

نمایشگاه پویایی اقتصاد بومی را به دنبال دارد

جلیلی ادامه داد: از دیگر موارد قابل توجه، نقش نمایشگاه‌ها در توسعه گردشگری و اشتغال ملی است. این صنعت، به واسطه جذب شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان از سراسر کشور و جهان، موجبات پویایی اقتصاد بومی را فراهم می‌کند که از جمله آن، کمک به توسعه و رونق صنعت گردشگری و نیز حفظ و ارتقای سطح اشتغال ملی است.

وی افزود: قابل توجه است که امروزه صنعت نمایشگاهی در دنیا، در هر سال، درآمدی بیش از ۸۰۰ میلیارد دلار عاید کشورها می‌کند و حدود ۶۰۰ میلیون توریست را از این طریق روانه کشورهای مختلف می‌کند. به عنوان مثال، هنگ‌کنگ با جمعیتی حدود هفت میلیون نفر، سالانه قریب به ۲۵ میلیون توریست را پذیراست که از این تعداد، شش میلیون نفر، با اهداف تجاری، به ویژه مشارکت در نمایشگاه‌ها به این منطقه سفر می‌کنند.

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران تصریح کرد: از موارد دیگر اهمیت نمایشگاه‌ها می‌توان به نقش آن‌ها در افزایش مبادلات بازرگانی خارجی، توسعه همکاری‌های اقتصادی و ارتقای سطح صادرات، ارتقای سطح تولیدات و افزایش درآمد عمومی، ایجاد رقابت‌های سالم داخلی و بین‌المللی، و همچنین ایجاد بسترهای انتقال تکنولوژی اشاره کرد. به عنوان مثالی دیگر از اهمیت نمایشگاه‌ها، طبق تحقیقات، هزینه‌ی یک معامله تجاری در شرایط نمایشگاهی ۶۴۵ دلار و با ۱/۳ مرتبه پیگیری است که در شرایط غیرنمایشگاهی، هزینه آن ۱۱۱۷ دلار و با ۳/۷ مرتبه پیگیری قابل تحقق می‌باشد و این نشانگر نقش نمایشگاه‌ها در کاهش هزینه‌های تجاری انجام یک معامله دارد.

جلیلی ضمن معرفی انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران عنوان کرد: انجمن نمایشگاه‌های ایران، مؤسسه‌ای غیر انتفاعی است که در سال ۱۳۸۸ و به منظور برگزاری هر چه بهتر نمایشگاه‌های داخل و خارج از کشور و ایجاد پل ارتباطی مستحکم در توسعه روابط در بازارهای جهان و بسترسازی مناسب در جهت توسعه صادرات و تجارت، تأسیس شد و با داشتن شخصیت حقوقی و مالی مستقل، به صورت صنفی، حرفه‌ای، تخصصی، غیرسیاسی و غیر انتفاعی فعالیت می‌کند.

وی با اشاره به اهداف کلی این انجمن افزود: به صورت کلی، می‌توان نقش انجمن را در صدور مجوز جهت برگزاری نمایشگاه‌ها، هماهنگی و همراهی با سازمان توسعه تجارت ایران در پیشبرد اهداف دولت، تحقیق و

توسعه، ایجاد استانداردها، ارتباط با انجمن‌های سایر کشورها، ایجاد دوره‌های آموزشی و تخصصی، ارائه مشاوره فنی، اقتصادی و حقوقی به اعضا، هماهنگی و استانداردسازی در اجرای برنامه و تقویم نمایشگاه‌های سراسر کشور و ایفای نقش حکمیت در صورت بروز اختلافات بین اعضا و یا مشارکت کنندگان با اعضا، بهبود فضای کسب و کار و پاسخگویی به مشکلات و نارسایی‌ها در چهارچوب قوانین موضوعه کشور و دفاع از حقوق مشروع و قانونی اعضا دانست.

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران گفت: وظایف و اختیارات انجمن را می‌توان را در سه دسته حمایتی، تخصصی و نظارتی تقسیم‌بندی کرد. از جمله وظایف حمایتی انجمن، می‌توان به ساماندهی امور مرتبط با تولید و صادرات و ارائه توانمندی‌های صنعتی کشور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی اشاره کرد. انجمن با ایجاد ارتباط با بانک‌ها و سازمان‌های اعتباری کشور و همچنین سازمان‌های مالی و پولی بین‌المللی در قالب قوانین جمهوری اسلامی ایران و با معرفی اعضا به وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف، پیگیر تسهیل و گسترش خدمات و تسهیلات مالی و حقوقی به اعضا می‌باشد.

مشوق سرمایه‌گذاری‌های مشترک در صنعت تولید و صادرات هستیم

جلیلی ادامه داد: همچنین انجمن از منافع مشترک اعضا حمایت می‌کند و خدمات حقوقی و مشورتی به ایشان ارائه می‌نماید. به علاوه انجمن با تشویق بخش خصوصی، حامی و مشوق سرمایه‌گذاری‌های مشترک در صنعت تولید و صادرات می‌باشد. هماهنگی و کمک در معرفی اعضا جهت عضویت در سازمان‌های تخصصی، منطقه‌ای و بین‌المللی در ارتباط با فعالیت‌های انجمن، صیانت از حقوق معنوی اعضا از طریق مراجع و نهادهای قانونی ذیربط، ارائه خدمات مشاوره‌ای برای انعقاد قراردادهای تفاهم‌نامه‌ها و پروتکل‌های فنی بین اعضای انجمن با نهادهای داخلی و خارجی و همچنین فعالیت در زمینه‌ی



هماهنگی و استانداردسازی در اجرای برنامه و تقویم نمایشگاه‌های کشور و استان‌ها، تنظیم تقویم‌های نمایشگاهی و تلاش در جهت رفع همزمانی عناوین نمایشگاهی مشابه در کشور و همکاری با سازمان توسعه تجارت ایران از دیگر فعالیت‌های انجمن در این خصوص است.

وی افزود: از بُعد تخصصی، انجمن با کسب اطلاعات مربوط به عرضه و تقاضا، قیمت و بازارهای مصرف برای عرضه به اعضا، ایجاد بانک‌های اطلاعاتی در زمینه‌های مرتبط با اهداف و وظایف انجمن و اطلاع‌رسانی از طریق ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی و نشر کتب، مجلات و بروشورهای تخصصی و تبادل اطلاعات مربوطه، انجام فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی مرتبط با مأموریت انجمن در داخل و خارج از کشور، ایجاد فرصت‌های همکاری و توسعه فعالیت برای اعضا، مشارکت در تدوین و اجرای استانداردهای موردنیاز و انجام کنترل کیفی و رتبه‌بندی‌های موردنیاز، برگزاری دوره‌های آموزشی موردنیاز اعضا و برگزاری همایش‌های تخصصی و میزگردها در تلاش است زمینه را برای رونق صنعت نمایشگاهی فراهم کند.

تنظیم برنامه‌های نظام‌مند برای ارتقای صنعت نمایشگاهی کشور

جلیلی اظهار کرد: همچنین حضور در همایش‌های مختلف داخلی و خارجی و ترجمه و تألیف مقالات حرفه‌ای، برگزاری و یا حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی مرتبط با مأموریت انجمن، اعزام هیئت‌های تجاری و بازاریابی به خارج از کشور و نیز پذیرش هیئت‌های خارجی، از دیگر برنامه‌های نظام‌مند برای ارتقای صنعت نمایشگاهی کشور است.

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران با اشاره به بُعد نظارتی این انجمن عنوان کرد: انجمن با جلوگیری از انجام رقابت‌های ناسالم اعضا با یکدیگر از طریق هماهنگی‌های درون‌شکلی و پس از آن، اعمال ضوابط کمیته انضباطی

اتاق ایران، کوشش برای رفع اختلافات میان فعالیت مربوطه و پذیرش حکمیت در این خصوص، کوشش در جهت مقید و ملزم نمودن اعضا به اجرای صحیح مقررات اقتصادی و رعایت شئون تجاری و اقتصادی کشور در برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و تشویق و راهنمایی اعضا به این امور، اطلاع‌رسانی و پیگیری‌های حقوقی برای جلوگیری از تولید محصولات غیراستاندارد و تقلبی و قاچاق با همکاری و معاضدت نهادهای سازمان‌های مسئول، و در نهایت فعالیت در زمینه‌های هماهنگی و استانداردسازی تقویم‌های نمایشگاهی، در این خصوص نقش محوری ایفا می‌کند.

جلیلی در خصوص نقش انجمن در توسعه ملی گفت: انجمن با پذیرش و اجرای صحیح وظایف اجرایی دولت که در اجرای قوانین پنج‌ساله توسعه اقتصادی، قانونی اجرای سیاست اصل ۴۴ و دیگر قوانین مربوطه تفویض می‌شود و با ارائه‌ی گزارش عملکرد به دستگاه‌های مربوطه، در جهت ایجاد بستر و سازوکار لازم در این خصوص، نقش مهمی را ایفا می‌کند.

وی ادامه داد: تلاش جدی انجمن در جهت شناساندن هرچه بیشتر خود و صنعت نمایشگاهی به مقام‌های ارشد کشوری معطوف بوده است. همچنین مکاتبات مفیدی با مقام عالی وزارت صنعت و معدن در رابطه با عضویت مدیران نمایشگاه‌های کشور به عنوان عضو شورای اداری و عضو اصلی کارگروه‌های صادرات غیرنفتی استان‌ها صورت گرفته است. همچنین به منظور صنعتی شدن سیستم نمایشگاهی کشور، مکاتبات و نشست‌های مختلفی با مقام‌های ارشد مرتبط داشته‌ایم.

جلیلی افزود: همچنین در باب جلوگیری از برگزاری نمایشگاه‌های بدون کیفیت و غیراستاندارد، انجمن به استناد بخشنامه مقام عالی سازمان توسعه تجارت، در ارتباط با نمایشگاه‌های غیرقانونی و غیرتقویمی در مکان‌های خارج از سایت‌های مجاز، جلسات متعددی با مسئولین ذی‌ربط برگزار نموده است.

رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران گفت: انجمن طرح‌های مختلفی مثل طرح رتبه‌بندی مراکز نمایشگاهی، عضویت در اتحادیه جهانی صنعت نمایشگاهی، تشکیل کنفدراسیون نمایشگاه‌ها، و برگزاری مناسبت‌های مرتبط با صنعت نمایشگاهی اجرایی کرده است. همچنین انجمن تاکنون دو هیئت اقتصادی و بازاریابی به کشورهای ترکیه و فرانسه به منظور تبادل اطلاعات و برقراری تعامل و با هدف آشنایی با سیستم مدرن نمایشگاهی اعزام نموده و همچنین چند کارگاه آموزشی با هدف ارتقای سطح کیفیت نمایشگاه‌ها برگزار کرده است. این انجمن، در برگزاری اولین نمایشگاه خدمات نمایشگاهی و استالکس ایران نیز حمایت و همراهی لازم را ترتیب داد. جلیلی تصریح کرد: در خصوص امور داخلی انجمن نیز، ساماندهی و استانداردسازی سیستم اداری آن، راه‌اندازی کمیسیون‌های تخصصی، و نیز گسترش رسانه‌های ارتباطی انجمن، از جمله نشریه و وبسایت، جهت تبادلات داخلی و ایجاد فضای سازنده‌ی ارتباطی با اقشار جامعه، در حال انجام است.

وی در خصوص مشکلات مراکز نمایشگاهی ایران خاطرنشان کرد: در این زمینه موارد متعددی قابل ذکر است.

شاید یکی از مهمترین مشکلات مراکز نمایشگاهی، عدم اجرای مصوبات هیئت دولت در تخصیص کمک‌ها و اعتبارات بلاعوض جهت تکمیل ساخت‌وساز سایت‌ها و توسعه فضای نمایشگاهی و زیرساخت‌های آن باشد. علاوه بر آن، دستورالعمل‌ها و شیوه‌نامه‌های برگزاری نمایشگاه‌ها، پشتوانه‌ی اجرایی لازم را ندارند. حتی هزینه‌های دولتی از قبیل مالیات، عوارض، بیمه و انشعابات با قیمت بسیار بالا و بیش از تعرفه‌ی تجاری تحت عنوان سایر محاسبه و اخذ می‌گردند. رئیس انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران ادامه داد: از طرف دیگر، دستگاه‌های اجرایی غیرمرتبط، بدون در نظر گرفتن سازوکار قانونی موجود، برای برگزاری نمایشگاه‌های خارج از تقویم مصوب استانی، مجوز صادر می‌کنند. همچنین مجریان نمایشگاهی ساماندهی نشده‌اند و این موضوع، بر کیفیت برگزاری نمایشگاه‌ها اثرات مخربی بر جا گذاشته است.

جلیلی عنوان کرد: یکی از بهترین اقدامات، دادن اختیارات لازم به این انجمن برای همکاری با سازمان‌های صمت استان‌ها جهت جلوگیری از برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در مکان‌های غیرمجاز می‌باشد. همچنین بایسته است که تقویم سالیانه مراکز نمایشگاهی با همکاری سایت‌های استان‌ها توسط انجمن تدوین گردد. طرح رتبه‌بندی مجریان نمایشگاهی، و تخصیص تسهیلات بانکی ارزان و مناسب برای توسعه‌ی زیرساخت‌های مراکز نمایشگاهی نیز از موارد قابل ذکرند. از وزارت صمت هم خواهم‌شدیم قول خود جهت اختصاص واژه صنعت به فعالیت‌های نمایشگاهی را عملی نماید.

وی در پایان با اشاره به نحوه عضویت در انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران گفت: شرکت‌های نمایشگاهی بین‌المللی استان‌ها، که دارای سایت نمایشگاهی و همچنین شخصیت حقوقی مستقل هستند و در سازمان توسعه تجارت ایران و یا وزارت بازرگانی دارای شناسنامه می‌باشند، می‌توانند درخواست عضویت خود را به دبیرخانه ارسال و با بررسی و تأیید هیئت مدیره انجمن، به عضویت اصلی درآیند.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی زاهدان:

گسترش مناسبات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی بازگزاری نمایشگاه‌های هدفمند

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی زاهدان گفت: برگزاری نمایشگاه به صورت اصولی می‌تواند زمینه‌های لازم برای گسترش مناسبات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی مورد نظر را به وجود بیاورد و به توسعه اقتصادی و رونق تولید منجر شود.

قادربخش کهرایی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های استان سیستان و بلوچستان و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان اظهار کرد: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۸۳ با عضویت تجار و بازرگانان عضو اتاق بازرگانی زاهدان، برخی دستگاه‌های اجرایی، شرکت‌ها و کارخانجات بزرگ استان پایه‌گذاری شد و همه سهام شرکت متعلق به بخش خصوصی است.

وی افزود: این شرکت با هدف کمک به ایجاد شرایط مطلوب و بستر سازی مناسب در جهت توسعه اقتصادی پایدار و همسو با سیاست‌های وزارت صنعت، معدن، تجارت راه‌اندازی و با برنامه ریزی برگزاری نمایشگاه‌هایی که بتواند نقش مهمی در توسعه زیرساخت‌های تجاری، صنعتی، اقتصادی و خدماتی استان داشته باشد به کار خود ادامه داده و در حال فعالیت و ارائه خدمات است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی زاهدان با اشاره به اهم فعالیت‌های این شرکت عنوان کرد: برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و همایش و کنفرانس در طول سال به مناسبت‌های مختلف، شرکت در نمایشگاه‌های

داخلی و خارجی، مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی از طریق سرمایه‌گذاری مشترک برای ایجاد و اداره محل نمایشگاه با غرفه مناسب و همکاری با نمایشگاه‌های داخلی و خارجی طبق قوانین جاری و مفاد اساسنامه از جمله مهمترین فعالیت‌های انجام شده طی سال‌های فعالیت این مجموعه است.

کهرایی ادامه داد: ایجاد تاسیسات و مراکز خاص در استان سیستان و بلوچستان و سایر نقاط کشور و همچنین در خارج کشور برای تشکیل نمایشگاه به منظور معرفی فراآورده‌های صنعتی، بازرگانی، کشاورزی، معدنی، صنایع دستی و ...،



ایجاد و احداث واحدهای رفاهی، خدمات تفریحی، تجاری و مسکونی، فعالیت گسترده در زمینه بازرگانی داخلی و خارجی و مشارکت در سایر شرکت‌ها از طریق تأمین یا تعهد سهام شرکت‌های جدید یا خرید یا تعهد سهام شرکت‌های موجود در زمینه‌ای تولیدی، صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدمات مطالعاتی، تحقیقاتی و بازرگانی از دیگر اقدامات مهمی است که توسط این مجموعه انجام شده است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی قزوین:

تاکید بر توسعه صنعت نمایشگاهی در قزوین متناسب با ظرفیت‌ها

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی قزوین با تاکید بر توسعه صنعت نمایشگاهی در این شهرستان گفت: با توجه به ظرفیت‌های ویژه استان قزوین توسعه صنعت نمایشگاهی از ضروریات این استان است که باید به آن توجهی ویژه شود.

احمد خورگامی کهرایی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های استان قزوین و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان اظهار کرد: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قزوین سال ۱۳۷۸ در قالب یک شرکت سهامی خاص نزد اداره ثبت شرکت‌های استان قزوین به ثبت رسید و پس از آن فعالیت خود را در راستای برنامه‌های مورد نظر آغاز کرد.

وی ادامه داد: محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قزوین واقع در بلوار شهید قاسم سلیمانی، جنب صدا و سیما در زمینی به مساحت ۱۴ هزار مترمربع شامل دو سالن نمایشگاهی مسقف کاملاً استاندارد هر یک به مساحت ۲ هزار متر مربع، سالن آمفی تئاتر، سالن جلسات تخصصی و فضای اداری در سال ۱۳۸۹ احداث شده و پس از آن بوده که هم راستا با سیاست‌های شرکت نمایشگاه‌های ایران و برنامه ریزی‌های انجام شده تلاش کرده تا به حمایت از تولیدات داخل بپردازد و با فراهم کردن فضای مناسب زمینه را برای معرفی محصولات و خدمات داخلی و عرضه آن‌ها فراهم کند.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی قزوین گفت: تعداد ۴۸ عنوان نمایشگاهی توسط مجریان ذی صلاح در سال ۱۴۰۲ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان قزوین برگزار شد که تعداد ۲۴ عنوان نمایشگاه تخصصی و ۲۴ عنوان نمایشگاه بازرگانی و عمومی بوده است.

وی با تاکید بر برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی افزود: بر اساس نیاز مخاطبان جهت تأمین کالاهای مورد نظر و با هدف درآمدزایی برای سایت و تأمین منابع اقتصادی شرکت، تعداد ۲۴ عنوان نمایشگاه بازرگانی و



بر اساس نیاز مخاطبان جهت تأمین کالاهای مورد نظر و با هدف درآمدزایی برای سایت و تأمین منابع اقتصادی شرکت، تعداد ۲۴ عنوان نمایشگاه بازرگانی و عمومی در سال ۱۴۰۲ برگزار گردید که تعداد نمایشگاه‌های عمومی نسبت به سال ۱۴۰۱ کاهش داشته است و در سال آتی نیز تقلیل خواهد داشت.

وی با بیان اینکه هدف کوتاه مدت یا بلند مدت حضور کسب و کارها در نمایشگاه افزایش فروش تولیدات یا خدمات است، گفت: البته در کنار این هدف اصلی اهداف دیگری چون مقاصد سیاسی و فرهنگی نیز مد نظر است زیرا برگزاری نمایشگاه به صورت اصولی می‌تواند زمینه‌های لازم برای گسترش مناسبات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی مورد نظر را به وجود بیاورد و به توسعه اقتصادی و رونق تولید منجر شود.

کهرایی با اشاره به اهداف بلند مدت حضور در نمایشگاه‌ها بیان کرد: نفوذ در بازارهای جدید و یافتن نماینده تجاری از مهمترین اهدافی است که شرکت و تولیدکنندگان با حضور در نمایشگاه‌های مختلف در بلند می‌توانند به آن دست پیدا کنند.

وی ادامه داد: فروش مستقیم محصولات یکی از مهمترین دلیل حضور کسب و کارها در نمایشگاه‌ها است. فروش مستقیم پیچیدگی و سختی فروش اینترنتی یا تلفنی را ندارد و این امکان را برای شرکت‌ها به وجود می‌آورد که با مشتری برای فروش موفق محصول خود تعامل برقرار کنند و قطعا نمایشگاه‌ها یکی از مهمترین و مناسب‌ترین محل‌ها برای انجام فروش محصولات به صورت مستقیم است که شرکت‌ها و واحدهای تولید به ویژه داخلی باید

به این مساله نگاه ویژه داشته باشند. وی در خصوص میزان اشتغالزایی و نقش نمایشگاه‌ها در اشتغالزایی منطقه عنوان کرد: با توجه به عدم وجود مکانیزم‌های دقیق اندازه‌گیری و شمارش، اطلاعات دقیقی از میزان اشتغالزایی و قراردادهای منعقد شده دسترس نبوده اما ثبات حضور مشارکت‌کنندگان در سالهای اخیر در نمایشگاه‌های برگزار شده در زاهدان، نشان دهنده‌ی دریافت بازخورد مثبت از بازار کسب و کار در این منطقه است.

عمومی در سال ۱۴۰۲ برگزار گردید که تعداد نمایشگاه‌های عمومی نسبت به سال ۱۴۰۱ کاهش داشته است و در سال آتی نیز تقلیل خواهد داشت. خورگامی کهرایی در خصوص اشتغالزایی در نمایشگاه‌ها عنوان کرد: در بستر برگزاری نمایشگاه‌های مختلف علاوه بر حضور مشارکت‌کنندگان، تولیدکنندگان و غرفه‌داران که نسبت به معرفی و فروش محصولات خود اقدام نموده‌اند، بستر اشتغال‌زایی در آن واحدها ایجاد خواهد شد.

وی ادامه داد: همچنین در کنار فرآیند برگزاری نمایشگاه‌ها علاوه بر غرفه‌سازان و فروشندگان، در حوزه تبلیغات محیطی، تبلیغات مجازی رسانه‌ها و در حوزه حمل و نقل و خدمات نمایشگاهی نیز اشتغالزایی مناسبی ایجاد و باعث رونق اقتصادی و گردش پول در استان می‌شود. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی قزوین گفت: علاوه بر این زمینه انعقاد تفاهم‌نامه برای بسترسازی و صادرات محصولات تولیدی استان به سایر کشورها نیز در بستر نمایشگاه قزوین اتفاق افتاده است که امر نویدبخش آینده بسیار خوبی در بحث رونق تولید و ایجاد اشتغال و توسعه سرمایه‌گذاری است و باید از این ظرفیت‌ها به بهترین شکل استفاده شود.

خورگامی کهرایی تصریح کرد: از آنجا که استان قزوین دارای موقعیت‌های ویژه‌ای در حوزه‌های اقتصادی اعم از صنعت، کشاورزی و ... است و همچنین در شاهراه ارتباطی قرار گرفته است، توسعه صنعت نمایشگاهی از ضروریات این استان است که باید به آن توجهی ویژه شود زیرا سایت نمایشگاه استان قزوین دارای موقعیت مکانی ویژه‌ای است اما به دلیل وسعت کم، امکان تأمین نیاز این صنعت را فراهم نمی‌نماید.

وی در پایان گفت: با توجه به این مساله، در سال جاری اقدامات جدی برای تأمین زمین برای احداث سایت نمایشگاهی جدید با داشتن ویژگی‌های مورد نیاز برای استان قزوین صورت گرفته و نتایج خوبی حاصل گشته است که بزودی اتفاقات خوبی در راستای احداث سایت جدید نمایشگاه استان قزوین انجام خواهد شد.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان:

تصویری روزآمد و کارآمدتر از فعالیت نمایشگاهی را خلق کرده‌ایم

جایگاه نهادی نمایشگاه‌ها در اقتصاد

باید مورد توجه قرار گیرد

طحانیان با تاکید بر جایگاه نهادی نمایشگاه در تحولات اقتصادی کشور و استان اصفهان ادامه داد: جایگاه نهادی نمایشگاه در این چشم‌انداز بسیار مورد توجه است و این مجموعه تلاش دارد، نقش نهادی خود را در برقراری پل ارتباطی برای توسعه شبکه‌های تولید، تجارت و صادرات با سازماندهی رویدادها و همایش‌های داخلی و بین‌المللی ایفا کند.

وی با بیان اینکه با در نظر گرفتن کارکردهای کلیدی نمایشگاه در اقتصاد کشور، در سال جاری برنامه‌ریزی‌های کاربردی را در توسعه زیرساختی و تسهیل نقش ارتباطی انجام داده ایم، گفت: نمایشگاه فرصت کم‌نظیر آگاهی، دانایی و ارتباط است و از این رو طراحی مسیر تحول کسب و کار از رهگذار نمایشگاه یکی از اهدافی است که در مجموعه نمایشگاه اصفهان دنبال می‌شود.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان افزود: برگزاری یک رویداد نمایشگاهی در کنار تجربیات مربوط به توسعه شبکه‌های ارتباطی و افزایش شمار مخاطبین برای سازمان‌ها و شرکت‌ها، این امکان را فراهم می‌آورد که مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان با آخرین تحولات در حوزه‌های تخصصی گوناگون آشنایی پیدا کنند و مسیر کسب و کار خود را طراحی یا متحول سازند. فراهم آوردن یک زیرساخت مناسب و کارآمد به این منظور مهم‌ترین مأموریت‌های نمایشگاه بین‌المللی اصفهان بوده است که طی سال گذشته با کوشش تمامی عوامل در مسیر آن حرکت کرده ایم.

گزارشی از عملیات عمرانی و زیرساختی در نمایشگاه اصفهان

طحانیان عنوان کرد: بخش دیگری از این تلاش‌ها مربوط به عملیات‌های عمرانی در این مجموعه است که در کنار فعالیت‌های مرتبط به فرایندهای مدیریتی، کمک به توسعه فضای کسب و کار و انجام مسئولیت‌های اجتماعی سازمان، نقش مهمی در پیشبرد اهداف توسعه‌ای مورد نظر داشته است. تعداد عملیات عمرانی که امسال در سایت نمایشگاه بین‌المللی اصفهان انجام شد، فراوان و متنوع است.

وی با بیان اینکه همه این اقدامات در راستای بهینه‌سازی تجربه بازدیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه طراحی شده است، ادامه داد: خیابان‌کشی و خط‌کشی خیابان‌ها به منظور بهبود زیرساخت‌های ارتباطی در داخل و پیرامون مجموعه، افزایش زیرساخت پارکینگ‌ها، بهبود روشنایی و کارگذاری برج‌های نوری، کابل‌کشی و دسترسی بیشتر به زیرساخت برق در نمایشگاه، توسعه فضای سبز و کاشت درختان جدید، ایجاد خدمات رفاهی و تفریحی مانند سوپرمارکت، اضافه شدن فضای موزه، آشپزخانه، بازطراحی ساختمان تجارت و بازاریابی، انتقال سازه‌های کروی جهت افزایش زیرساخت نمایشگاه و... بخشی از تلاش‌های انجام شده در بخش عمرانی و زیرساختی نمایشگاه است. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان با اشاره به عملکرد نیمه دوم سال ۱۴۰۲ اظهار کرد: در نیمه دوم امسال تعداد ۲۱ عنوان نمایشگاه در اصفهان برگزار شد و در مجموع این شرکت میزبان ۴۲ نمایشگاه با عناوین مختلف در حوزه‌های متفاوت کسب و کار بود. اغلب این نمایشگاه‌ها با ماهیت تخصصی که داشتند، به افزایش تعامل در صنایع گوناگون کمک کرده‌اند و تلاش شده است، بیشترین زیرساخت‌های لازم در این راستا را در اختیار کسب و کارها قرار داده شود. همچنین تعداد ۸۷ کارگاه آموزشی در حاشیه نمایشگاه‌ها برگزار شد که بر مبنای نظرسنجی‌های صورت گرفته در افزایش دانش و مهارت بازدیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان در حوزه‌های تخصصی اثرگذار بود.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان با بیان اینکه وظیفه داریم تا شتاب‌دهنده و تسهیلگر کسب‌وکارها باشیم، گفت: شرکت نمایشگاه اصفهان با برنامه‌ریزی و استراتژی‌های جدید اتصال به تحولات بین‌المللی را در دستور کار قرار داده و بیش از گذشته توجه خود را به زمینه‌های وابسته به نوآوری و برگزاری رویدادهای هیبریدی معطوف کرده است. احمدرضا طحانیان در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های اصفهان و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان، اظهار کرد: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان با توجه به اینکه وارد چهارمین دهه عمر فعالیت خود شده، به یک بلوغ سازمانی رسیده و توانسته است به عنوان حلقه واسطه میان بخش‌های گوناگون صنعت و تجارت در استان و کشور همواره در مسیر رشد و توسعه گام بردارد و نقش موثری در این حوزه‌ها داشته باشد.

تاکید بر توسعه زیرساخت‌ها و علم نوین مدیریت

در نمایشگاه اصفهان

وی افزود: در شرکت نمایشگاه‌های اصفهان تلاش شده تصویری روزآمدتر و کارآمدتر از فعالیت نمایشگاهی خلق شود تا بتوان در این شرایط دشوار جنگ اقتصادی زمینه را برای فعالیت تولیدکنندگان داخلی و استفاده مصرف‌کنندگان فراهم تر کرد و این تصویر تازه محصول توأمان تجربه گذشتگان، توسعه زیرساخت‌ها و علم نوین مدیریت است که منجر به سازماندهی آن به عنوان یک نهاد اثرگذار اقتصادی شده است.

طحانیان عنوان کرد: با توجه به نیازهای بخش‌های گوناگون اقتصادی کشور وظیفه داریم تا نقش شتاب‌دهنده و تسهیلگر کسب‌وکارها را داشته باشیم و خلاءهای موجود در این شبکه‌ها را جبران کنیم. در این زمینه شرکت نمایشگاه اصفهان امسال با برنامه‌ریزی و استراتژی‌های جدید اتصال به تحولات بین‌المللی را در دستور کار قرار داده و بیش از گذشته به زمینه‌های وابسته به نوآوری و برگزاری رویدادهای هیبریدی توجه خود را معطوف کرده است؛ امری که موجب اشتغال بخش بیشتری از جوانان با توجه به تغییر ذائقه کاری در نسل جدید می‌شود.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی اصفهان گفت: ظرف دو سال گذشته با استراتژی جدید، شاهد تحولات راهبردی و تاکتیکی در این مجموعه هستیم که با رسالت و روح فعالیت نمایشگاهی همخوانی دارد. صنعت نمایشگاهی به عنوان بخش مهمی از فعالیت‌های تجاری دارای اثر تراکم و انتشار بسیار قدرتمند اقتصادی است که می‌تواند به طور موثر رشد اقتصادی و تجاری در استان را ارتقا بخشد و تحولات مثبت دامنه‌داری را برای تولید و عوامل تولید استان به ارمغان آورد.



یادداشت

نقش روابط عمومی و ارتباطات
در صنعت نمایشگاهی ایران

نمایشگاه‌ها نسبت به سایر وسایل بازاریابی اهداف بیشتری را در بر می گیرند و از این لحاظ قویترین رسانه برای روابط عمومی‌ها محسوب می شوند.

***رویا مهمدی کر تلابی:** برگزاری نمایشگاه‌ها، بویژه نمایشگاه‌های تخصصی به دلیل الزامات و نیازمندی‌ها، شرایط خاصی دارد و چنانچه با راهبری و نظارت روابط عمومی انجام شود می تواند به نتایج مثبتی برسد.

به عنوان مثال درآمد مستقیم نمایشگاه‌ها در آلمان بالغ بر ۲۳ میلیارد یورو می باشد که نه درصد سهم اقتصادی این کشور را تشکیل می دهد و در این میان نقش روابط عمومی‌ها برای جلب نظر مخاطبان نقشی بی بدیل و انکار نشدنی است.

بدون شک تمام موفقیت‌های بازاریابی شرکت‌ها مرهون تدوین و اجرای برنامه‌های هدفمندی است که توانسته آمیخته مناسبی از عناصر خود را به کار گرفته و تمامی اهداف در راستای اهداف بازاریابی شرکت باشد.

در این راستا روابط عمومی نیز به عنوان یک ابزار کار آمد آمیخته ترویج و پیشبرد romotion mix ازاهمیت چشمگیری برخوردار است چرا که هدف اصلی آن بستر سازی و ایجاد زمینه مناسب پذیرش شرکت و محصولات در مخاطبین است.

در این زمان است که روابط عمومی می تواند حمایت گر تبلیغات بوده و کاستی‌های آن را از طریق ارائه اطلاعات مفید و موثر پیرامون شرکت و یا محصول کمک به معرفی ارزش‌های بیرونی محصول) رفع و مخاطب را برای پذیرش پیام‌های تبلیغاتی پذیرا نماید.

در صنعت نمایشگاهی کشور آلمان برای ۲۵۰ هزار نفر فرصت شغلی بوجود آمده است. نمایشگاه‌ها باعث حرکت‌های تجاری و رونق اقتصادی می شوند که به عنوان مثال چینی‌ها با تشکیل ابر نمایشگاه‌ها مشتریان و توریست‌ها را که از ضریب بالای درآمد زایی برخوردار هستند به کشور خود جذب می کنند و برگزاری نمایشگاه اکسپو ۲۰۱۰ نمونه موفقی از این اقدامات است.

چینی‌ها توانسته اند این نمایشگاه راه که به لحاظ تعداد شرکت کننده در دنیا، مقام بالایی را دارد به جایگاه کنونی برسانند و تلاش می کنند همچنان این جایگاه را برای این نمایشگاه حفظ کنند.

اگر در شکل عینی بخواهیم نمایشگاه را مورد بررسی و تحقیق قرار دهیم نمایشگاه به شکل ظاهری و فیزیکی آن خلاصه نمی شود بلکه در مجموع یک تفکر است نه تعدادی غرفه. در کشور ما اهداف یک نمایشگاه موضوعی است و تفاوت‌هایی گاه عمیق بین آنها وجود دارد.

نمایشگاه‌های مقطعی در مقایسه با نمایشگاه‌هایی که بحث تولید و شکل فیزیکی کالا دارند نیاز بیشتری به آرامش و تفکر و جامعه شناسی خاص خود و... دارد لیکن در عمل متأسفانه با درهم شدن موضوعات در ایران معنی نمایشگاه‌های اختصاصی مثل گم شده است.

نمایشگاه و برنامه ریزی هدفمند

در نمایشگاه‌های کالا و خدمات مشکلی نداریم زیرا در آن، بحث فرهنگ اطلاع رسانی، بحث مصرف و توسعه بازار و بازاریابی را داریم و تا حدودی موفق هم بوده ایم اما در برگزاری نمایشگاه تخصصی مشکل داشته ایم.

در این نمایشگاه‌ها هیچ گونه استراتژی مشخصی وجود ندارد. وقتی گفته می شود استراتژی نداریم منظور آن راه و روش و برنامه ریزی مدون است که چه در داخل و چه در خارج باید به طور هدفمند مورد توجه قرار بگیرد.

با تفکر، برنامه و مطالعات اصولی و دقیق حرکت کند.

نمایشگاه از نگاه روابط عمومی

نمایشگاه از نگاه راهبری و فرهنگ سازی و اطلاع رسانی و روابط عمومی نگاه خاص خودش را می طلبد یعنی بحث یک نمایشگاه فرهنگی در حوزه تاریخ، یک نمایشگاه در حوزه جغرافیا و اکوتوریسم یا فرهنگ و غذا و هتل و تمهیدات هتلی و غیره هر کدام از این‌ها، شاخصه‌های خاص خود را دارند در کل، ما نمایشگاه‌ها را در اهداف دولتی می بینیم که بیشتر به معرفی فعالیت‌های انجام شده اداری توجه دارند. در حالی که باید با رسالت نمایشگاه و برای اهداف از پیش تعریف شده آنها کار کرد.

در نتیجه اعتقاد داریم که برگزاری نمایشگاه بدون بهره گیری از توان و پتانسیل موجود در حوزه روابط عمومی‌ها کاری بدون ثمر است و فراموشی این امر مهم که نمایشگاه برای مخاطب برپا می شود و روابط عمومی نقطه ارتباط با مخاطب است می تواند آسیب‌هایی را که تاکنون به آن مبتلا بوده تشدید کند.

با این تفکر و این نوع نگاه، اطلاع رسانی در مورد بحث تئوریک نمایشگاه و صنعت نمایشگاهی و برگزاری دوره‌های مرتبط این صنعت و ارتباط آن با حوزه روابط عمومی از اموری است که در سال ۱۳۹۰ در دستور کار موسسه کارگزار روابط عمومی قرار گرفته است و این نگاه حرفه‌ای به مسایل این حوزه می تواند باب جدیدی را در دوره‌های آموزشی مرتبط با آموزش‌های حرفه‌ای در زمینه فعالیت‌های نمایشگاهی بگشاید

*** مدیر روابط عمومی شرکت نمایشگاه‌های بین المللی خوزستان**

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی بوشهر:

به دنبال ایجاد فرصت در آمد های ارزی و بازار داخلی و بین المللی هستیم

شرکت نمایشگاه‌های بین المللی استان بوشهر به عنوان یکی از مهم ترین شرکت های تجاری و اقتصادی، به منظور توسعه اقتصادی و تقویت مبادلات تجاری، عرضه و نمایش توانمندی در حوزه های تولیدات صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدمات بازرگانی، و کلیه ظرفیت و فرصت استان بوشهر در تلاش است تا به بهترین شکل زمینه را برای ارایه این توانمندی ها و اثرگذاری در اقتصاد کشور و استان بوشهر فراهم کند

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی بوشهر با تاکید بر توجه به شاخص های کیفی نمایشگاه های مختلف به ویژه نمایشگاه های تخصصی، گفت: به دنبال ایجاد فرصت درآمد های ارزی، توسعه تجارت و ایجاد بازار داخلی و بین المللی، ایجاد مزیت نسبی در نمایشگاه بوشهر هستیم.

حسین نامور در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی های بوشهر و برگزاری نمایشگاه های مختلف در این استان، اظهار کرد: شرکت نمایشگاه های بین المللی استان بوشهر به عنوان یکی از مهم ترین شرکت های تجاری و اقتصادی، به منظور توسعه اقتصادی و تقویت مبادلات تجاری، عرضه و نمایش توانمندی در حوزه های تولیدات صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدمات بازرگانی، و کلیه ظرفیت و فرصت استان بوشهر در تلاش است تا به بهترین شکل زمینه را برای ارایه این توانمندی ها و اثرگذاری در اقتصاد کشور و استان بوشهر فراهم کند.

راهبرد توسعه اقتصاد کشور از طریق

برگزاری نمایشگاه های عمومی و تخصصی

وی با اشاره به راهبرد توسعه ای اقتصاد کشور از طریق برگزاری نمایشگاه های عمومی و تخصصی و سمینار ها و همایش ها با مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی، ادامه داد: اکنون بزرگ ترین و شناخته ترین رویداد های تخصصی بین المللی در حوزه های مختلف به ویژه صنایع دریایی، شیلات و آبریزان، خرما و تجهیزات وابسته کشور در این شرکت نمایشگاهی در بوشهر برگزار می گردد که نقش بسیار موثری در اقتصاد کشور و شهرستان و ایجاد اشتغال و رونق تولید خواهد داشت.

نامور در خصوص فعالیت های این شرکت نمایشگاهی در یک ساله ۱۴۰۲ عنوان کرد: این شرکت با دارا بودن ۷۲۰۰ متر مربع فضای سرپوشیده در سال ۱۴۰۲، با موفقیت ۱۴ رویداد تخصصی و شش عنوان نمایشگاه عمومی برگزار کرد و از این نمایشگاه ها هر دو بخش تولید و مصرف استقبال بسیار خوبی داشتند. همچنین تا پایان سال جاری نیز دو عنوان دیگر نمایشگاهی در بوشهر برگزار خواهد شد.

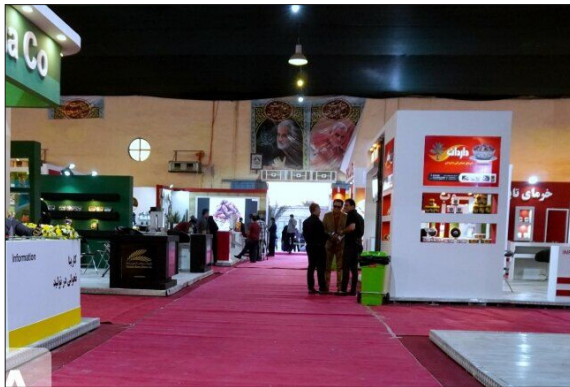
تلاش برای توسعه فضای نمایشگاه بین المللی بوشهر

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی بوشهر با اشاره به تلاش برای توسعه نمایشگاه بین المللی بوشهر تصریح کرد: شرکت نمایشگاه های بین المللی استان بوشهر در طرح توسعه ای خود بسته ایجاد پنج هزار مترمربع سالن نمایشگاهی، هتل، تالار همایش، فضای سبز، مجتمع های تجاری را پیش بینی نموده است که در آینده نزدیک اجرایی خواهد شد.

وی افزود: شرکت نمایشگاه های بین المللی بوشهر همواره به شاخص های کیفی از نمایشگاه های مختلف به ویژه نمایشگاه های تخصصی توجه خاصی دارد و در این راستا به مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان در فرایند برگزاری نمایشگاه، فرم ویژه ای جهت ارزشیابی ارائه می شود تا از قابلیت

های مشارکت کنندگان و بازدید کنندگان به صورت موثر و حرفه ای بهره برداری شود. در این راستا همه داده های اخذ شده از فرم های نظرسنجی، بصورت علمی پردازش و از نتیجه آن در جهت رفع مشکلات و تقویت نقاط قوت استفاده شده است.

نامور با تاکید بر ارتباط با بخش های بین المللی به منظور توسعه روابط اقتصادی و استفاده از ظرفیت ها گفت: شرکت نمایشگاه های بین المللی استان بوشهر در دوره تحولی خود با تاکید بر برگزاری رویداد های تخصصی متناسب با اقلیم اقتصادی، صنعتی، تجاری، کشاورزی در راستای فاصله گرفتن از اقتصاد تک محصولی و توسعه صادرات سنتی و صنعتی، فنی _مهندسی، با نگاه تعاملاتی مثبت با تاجران و تولید کنندگان، بدنبال ایجاد فرصت در آمد های ارزی، توسعه تجارت و ایجاد بازار داخلی و بین المللی، ایجاد



مزیت نسبی، و گام برداشتن در چارچوب سیاست گذاری چشم انداز ۱۴۰۴ و تحقق اصل ۴۴ قانون اساسی است و در این زمینه تاکنون توانسته اقدام به برگزاری نمایشگاه های متعدد و متنوع کند که برای استان و کشور بسیار موثر بوده اند.

رشد قابل توجه برگزاری عنوان های نمایشگاهی در سال ۱۴۰۲

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی بوشهر با اشاره به رشد قابل توجه برگزاری عنوان های نمایشگاهی در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۴۰۱، گفت: در سال ۱۴۰۱ توانستیم ۱۳ عنوان نمایشگاه در مساحتی به ابعاد ۳۰ هزار و ۷۰۰ مترمربع برگزار شد که این این روند در سال ۱۴۰۲ به برگزاری ۲۱ عنوان نمایشگاه در مساحتی بالغ بر ۴۹ هزار مترمربع

ارتقا یافت. همچنین فضای پارکینگ نسبت به سال گذشته افزایش دو برابری داشته است. نامور عنوان کرد: صنعت نمایشگاهی ایران در سال ۱۴۰۲ با توجه به خیز کشور در زمینه توجه به نقش نمایشگاه ها نسبت به ارتقاء علمی و دانش فنی، افزایش همکاری های بین المللی نسبت به انتقال و تبادل اطلاعات و همچنین اهداف توسعه صادرات و معرفی توانمندی های کشور و فاصله گرفتن از اقتصاد تک محصولی و صادرات غیر نفتی جهت کم اثر نمودن تحریم ها روند توسعه ای داشته است و نقطه عطف این اقدام برگزاری نمایشگاه اکسپو ایران در سال جاری و حضور و بازدید پرشور هیات های خارجی و ثبت سفارش های قابل توجه بود که منبع درآمد ارزی مطلوبی را برای کشور به ارمان داشت.

راهکارهایی برای

ارتقا سطح کیفی

صنعت نمایشگاهی کشور

وی ادامه داد: با توجه به افزایش گردش های قابل توجه مالی در صنعت نمایشگاهی و همچنین اختصاص رتبه دوم پس از صنعت گردشگری در صنایع خدماتی در سطح جهانی و قرار گرفتن در دوران فراصنعتی و حاکمیت سیستم های الکترونیکی و سایبرنتیکی و همچنین فاصله گرفتن کشور های در حال توسعه از اقتصاد تک محصولی و استقبال از رویکرد های اقتصادی نوین که ایجاد ارزش افزوده را در سبیل توسعه خود قرار دادند، لزوم یک برنامه ریزی و روش مهارت افزایی برای فعالان این صنعت از طریق ایجاد دفاتر تحقیق و توسعه، کارگاه های آموزشی، مقاله های علمی مرتبط احساس می شود.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی بوشهر گفت: در این زمینه ایجاد زیر ساخت های الکترونیکی و بانکداری الکترونیکی در نمایشگاه‌ها، ارائه تسهیلات در راستای تصریح به اجرای طرح توسعه شرکت های نمایشگاهی از طریق تعریف در ردیف بودجه برای شرکت های دولتی و تسهیلات بلاعوض و اعتباری ها برای غیر دولتی ها و ایجاد یک رشته مستقل دانشگاهی تحت عنوان علم نمایشگاهی و توسعه ملی در موسسات آموزش عالی می تواند بسیار موثر و کمک کننده باشد.

وی در پایان خاطر نشان کرد: اختصاص ویژه برنامه های رسانه ای در صدا

و سیمای ملی، ایجاد شبکه ارتباطی و یا بانک اطلاعاتی فی ما بین شرکت نمایشگاه های بین المللی و فعالان اقتصادی و دستگاه های مرتبط (تجار و بنگاه های مولد و بانک ها و موسسات مالی، وزارت خارجه، وزارت صمت، اتاق های بازرگانی، وزارت کشور، وزارت اقتصاد و دارایی)، ارائه یک شیوه نامه اجرایی نمایشگاه ها در سراسر کشور برای عدم پراکندگی نهادهای تصمیم گیری و جلوگیری از ورود افراد و گروه های غیر متخصص در این حوزه مهم و راهبردی و ایجاد یک نهاد متولی مشخص برای مدیریت کلان نمایشگاهی در وزارت صمت از دیگر پیشنهادهایی است که می تواند زمینه ساز ارتقا سطح کیفی صنعت نمایشگاهی کشور و توسعه این حوزه باشد.

مدیر کل هماهنگی امور اقتصادی استانداری خوزستان:

دستاورد برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، حضور تولیدات داخلی در بازارهای بین‌المللی است

مدیر کل هماهنگی امور اقتصادی استانداری خوزستان گفت: برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی با محوریت صنایع کلیدی و استراتژیک در استان، شرایط را برای ارتقا سطح رقابت پذیری تولیدات داخلی به منظور حضور تولیدکنندگان داخلی در بازارهای بین‌المللی فراهم می‌کند.

سید سعید حسینی نژاد در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص نقش نمایشگاه‌ها در توسعه اقتصادی استان‌ها اظهار کرد: با توجه به نیازهای بخش‌های گوناگون اقتصادی کشور و به تبع آن در استان‌ها، نمایشگاه‌ها وظیفه دارند به عنوان شتاب‌دهنده و تسهیلگر در کنار کسب‌وکارها باشند و خلاءهای موجود در این شبکه‌ها را جبران کنند تا بتوانند از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان حمایت کنند. وی افزود: نمایشگاه یک فرصت کم‌نظیر به منظور ارتقا سطح ارتباطات میان بخش تولید و مصرف و حمایت از این دو حوزه است و می‌تواند پل ارتباطی بسیار خوبی باشد تا مشکل گشای این دو حوزه باشد و از این رو طراحی مسیر تحول کسب و کار از رهگذار نمایشگاه یکی از اهدافی است که می‌تواند از سوی شرکت نمایشگاه‌ها در استان‌ها دنبال شود.

مدیر کل هماهنگی امور اقتصادی استانداری خوزستان با اشاره به نقش نمایشگاه‌ها در ایجاد



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس:

برگزاری ۱۰۰ رویداد نمایشگاهی

دستاورد برزرگ نمایشگاه

بین‌المللی فارس در سال ۱۴۰۲



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس با اشاره به تلاش برای حضور در سایت‌های نمایشگاه‌های خارجی گفت: مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس قرار است در اردیبهشت ماه امسال دو عنوان نمایشگاهی را در سایت نمایشگاهی استان بصره برگزار کند. به گزارش روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران، محسن نهاوندی مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس، در حاشیه سومین کنفرانس و نمایشگاه بین‌المللی صنعت نمایشگاهی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران اظهار کرد: در سال جاری با برگزاری ۱۰۰ رویداد نمایشگاهی در استان فارس، بیشترین عناوین نمایشگاهی را در کشور برگزار کردیم.

وی افزود: این نمایشگاه‌ها با حضور هیات‌ها و غرفه‌داران داخلی و خارجی برگزار می‌شوند و میزبان علاقه‌مندان به نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی در استان فارس است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس با اشاره به تلاش برای حضور در سایت‌های نمایشگاه‌های خارجی گفت: مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی فارس قرار است در اردیبهشت ماه امسال دو عنوان نمایشگاهی را در سایت نمایشگاهی استان بصره برگزار کند.



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان:

به خوبی در بازارهای منطقه‌ای حاضر شده‌ایم



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان گفت: مرکز نمایشگاهی گلستان سهم موثری را در توسعه روابط تجاری و برگزاری نمایشگاه‌های اقتصادی و اختصاصی مشترک با کشورهای همسایه داشته است. مهرداد یزدی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های استان گلستان و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان اظهار کرد: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان با بهره‌گیری از نیروهای تحصیلکرده و متخصص در بیش از دو دهه فعالیت خود توانسته است بیش از صدها رویداد تخصصی و بین‌المللی را در حوزه‌های صنایع و خدمات کشاورزی و ادوات و تجهیزات، دام و طیور، صنعت ساختمان، لوازم خانگی و صنایع وابسته، گردشگری، خودرو و قطعات و ... را در منطقه شمال کشور و با رعایت استانداردها، شیوه‌نامه‌ها و قوانین و مقررات سازمان توسعه و تجارت کشور در حاشیه نمایشگاه‌ها به ثبت برساند. وی افزود: مرکز نمایشگاهی گلستان به طور میانگین سالانه بیش از ۲۵ رویداد تخصصی ملی و بین‌المللی را براساس تقویم مصوب کارگروه توسعه صادرات غیر نفتی استان گلستان و سازمان توسعه تجارت ایران توسط برگزارکنندگان نمایشگاهی کشور اجرایی می‌کند و در این زمینه عملکردی شایسته را در جهت حمایت از تولید داخل و معرفی کالای ایرانی و حمایت از تولید و مصرف‌کنندگان داخل به ثبت رسانده است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان گفت: در این زمینه سعی بر آن است با ایجاد ضوابط منطبق با برگزاری نمایشگاه‌ها، تدوین دستورالعمل‌های غرفه‌سازی و ارایه تجهیزات نمایشگاهی مدرن، ساماندهی پیمانکاران نمایشگاهی و زمینه‌سازی ارایه خدمات رفاهی به مشارکت‌کنندگان و نیز تدوین فرصت‌های اطلاع‌رسانی برگزاری رویدادها در کنار به روز رسانی امکانات و ظرفیت‌های موجود با شرایط استاندارد ملی و بین‌المللی یکی از برترین سایت‌های نمایشگاهی کشور را رقم بزنیم که از ویژگی‌های متمایز شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان می‌توان به ایجاد زیرساخت‌های فنی و پیاده‌سازی معیارها و ضوابط اجرایی برگزاری نمایشگاه‌ها و انتخاب درست برگزارکنندگان متعهد در کشور نام برد.

یزدی عنوان کرد: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان به عنوان مرکز نمایشگاهی پیشرو در منطقه شمال کشور و به عنوان کریدور نمایشگاهی آسیای میانه

اشتغال و گره‌گشایی در این زمینه عنوان کرد: ظرفیت‌های خوزستان، در حوزه‌های مختلف از جمله نفت، گاز و پتروشیمی، کشاورزی، فولاد و گردشگری و ... این استان را به شاه‌رگ حیاتی کشور تبدیل کرده است و از این رو، رونق کسب و کار در خوزستان از طریق روش‌های مختلف، به ویژه استفاده از ظرفیت‌های صنعت نمایشگاهی، امری مهم و راهبردی است که باید در دستور کار مسوولان امر این حوزه قرار گیرد.

حسینی نژاد عنوان کرد: در این زمینه با توجه به اینکه یکی از جنبه‌های مهم برگزاری نمایشگاه‌ها، رونق‌بخشی و درآمدزایی برای خدماتی همچون هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها، سرویس‌های حمل و نقل، کانون‌های تبلیغاتی و ... است می‌توان به این مساله امید داشت که با رونق چنین بخش‌هایی شاهد ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و گره‌گشایی از مساله اشتغال بود.

وی در پایان با تأکید بر برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی به منظور حمایت از تولید خاطر نشان کرد: برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی با محوریت صنایع کلیدی و استراتژیک در استان می‌تواند توسعه اقتصادی خوزستان و به تبع آن توسعه اقتصادی کشور را به دنبال داشته باشد و همچنین شرایط را برای ارتقا سطح رقابت‌پذیری تولیدات داخلی به منظور حضور تولیدکنندگان داخلی در بازارهای بین‌المللی فراهم کند.



در حاشیه دریای خزر می‌تواند در راستای هم‌افزایی توان داخلی، توسعه صادرات غیرنفتی و افزایش رقابت‌پذیری و معرفی شاخص در راستای ارایه توانمندی صنعت نمایشگاهی کشور نقشی موثری را ایفا کند.

وی ادامه داد: استان گلستان یکی از کلیدی‌ترین مناطق تولید و تجارت با کشورهای حوزه دریای خزر محسوب و از این رو این مرکز نمایشگاهی برنامه ریزی ویژه ای را در راستای توسعه بسترهای تجارت با کشورهای فوق‌الذکر منطبق بر تقویم مصوب نمایشگاهی در دستور کار قرار داده تا با در نظر گرفتن اولویت‌های صادراتی و تولید داخل با محوریت شمال کشور نسبت به توسعه روابط تجاری ملی و منطقه ای بازرگانان، تولیدکنندگان، صادرکنندگان همسو، در حوزه صنعت نمایشگاهی، اقدام کند. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان تصریح کرد: با توجه به زیرساخت‌های نمایشگاهی و پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی در برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی ملی و بین‌المللی مرکز نمایشگاهی گلستان سهم موثری را در توسعه روابط تجاری و برگزاری نمایشگاه‌های اقتصادی و اختصاصی مشترک با کشورهای همسایه داشته و در این راستا به عنوان کریدور نمایشگاهی شمال کشور و با در نظر گرفتن مزیت‌های رقابتی در تولید و صنعت، با همکاری سازمان‌ها و نهادهای اجرایی و بخش خصوصی توانسته است به خوبی در جهت حضور در بازارهای منطقه‌ای عمل کند.

وی افزود: سایت دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی گلستان با نمایش محصولات تولیدی و بازرگانی و خدمات فنی مهندسی و صنعتی کشور در ویتترین اقتصادی استان به منظور استفاده مطلوب متخصصان، تجار و سایر مردم استان گلستان و استانهای همجوار، توانسته است ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها را به خوبی عرضه کند به شکلی که نقشی بسیار موثر در رونق اقتصادی منطقه و توسعه صادرات غیرنفتی شمال کشور و در این زمینه جایگاه و اهمیت خود را به اثبات رسانده است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان گلستان در پایان گفت: با توجه به مزیت‌های بارز نمایشگاه بین‌المللی استان گلستان، بعنوان برگ افتخاری در این نقطه از کشور و سیاست‌های اقتصادی در جهت منطقه‌ای ساختن نمایشگاه‌های بین‌المللی و رتبه‌بندی آنها، مرکز نمایشگاهی گلستان این توانمندی را دارد که بعنوان منطقه نمایشگاه‌های بین‌المللی شمال کشور محسوب و ایفای نقش نماید.

خوزستان یکی از مراکز محوری صنعت نمایشگاهی کشور است



خوزستان یکی از مراکز محوری صنعت نمایشگاهی کشور است و از این رو باید از ظرفیت‌های خوزستان به منظور ارتقا هر چه بیشتر صنعت نمایشگاهی کشور و خلق ثروت و ایجاد اشتغال بهره برد.

استان خوزستان، با تأمین حدود ۸۰ درصد از درآمد کشور، اولین منبع درآمدی ایران و با سهم نزدیک به ۱۵ درصد از تولید ناخالص داخلی، دومین استان از این لحاظ محسوب می‌شود و نقش بسیار موثری در اقتصاد کشور دارد و باید از این ظرفیت به بهترین شکل در خصوص برگزاری نمایشگاه‌های مختلف استفاده کرد.

لزوم بهره‌مندی از پتانسیل نمایشگاه‌ها

برای رونق کسب‌وکارها

ظرفیت‌های بی‌بدیل خوزستان، در حوزه‌های مختلف از جمله نفت، گاز و پتروشیمی، کشاورزی، فولاد، گردشگری، دسترسی به آب‌های آزاد، رودخانه‌های پرآب، سدسازی و ...، این استان را به شاه‌رگ حیاتی کشور تبدیل کرده است و از این رو، رونق کسب و کار در خوزستان از طریق روش‌های مختلف، به ویژه بهره‌گیری از پتانسیل‌های صنعت نمایشگاهی، امری کلیدی و راهبردی است که باید در دستور کار قرار گیرد.

در این راستا، شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خوزستان، به عنوان یکی از مراکز محوری صنعت نمایشگاهی کشور، با در نظر داشتن این مأموریت مهم، هر ساله بیش از ۳۵ عنوان نمایشگاهی را با محوریت صنایع کلیدی و استراتژیک در استان برگزار می‌کند تا بتواند بیشترین بهره‌مندی را از این ظرفیت‌ها داشته باشد.

برگزاری بیش از ۳۵ عنوان نمایشگاهی در سال

در سال ۱۴۰۲ شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خوزستان، ۵۰ عنوان نمایشگاهی در حوزه‌های مختلف برگزار کرده است و در این نمایشگاه‌ها، ۳ هزار و ۹۵ واحد تولیدی موفق به عرضه کالا و خدمات خود شده‌اند. با توجه سیاست‌های کلان نظام در راستای بهره‌گیری صنعت و اقتصاد کشور از فناوری‌های روز، نمایشگاه خوزستان محور پذیرش خود را معطوف به شرکت‌های دانش‌بنیان کرده است و در این زمینه از کل مشارکت‌کنندگان نمایشگاه‌های امسال، ۳۸ واحد شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلف بودند که برخی از این شرکت‌ها، تولیدات و خدماتی با سطح بالای تکنولوژی را در نمایشگاه عرضه کردند. در طی برگزاری نمایشگاه‌های امسال در خوزستان، ۱۸ هیئت تجاری خارجی از کشورهای چین، روسیه، هند، عمان و عراق جهت عقد قراردادهای همکاری، خرید و فروش، اخذ و اعطای نمایندگی و ... از این نمایشگاه‌ها بازدید کردند و همچنین نزدیک به ۴۵۰ نفر بازدیدکننده از کشورهای مختلف از برخی نمایشگاه‌های تخصصی امسال بازدید به عمل آوردند.

خلق فرصت‌های جدید شغلی از مزیت‌های صنعت نمایشگاهی است

یکی از جنبه‌های مهم برگزاری نمایشگاه‌ها، رونق‌بخشی و درآمدزایی برای خدماتی همچون هتل‌ها، رستوران‌ها، فرودگاه‌ها، سرویس‌های حمل و نقل، کانون‌های تبلیغاتی و ... است. ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و منحصر به فرد از مزیت‌های صنعت نمایشگاهی است و مشاغل همچون برنامه‌ریزی و پذیرش نمایشگاه، امور اجرایی، تبلیغات نمایشگاهی، غرفه‌سازی، هماهنگ‌آوران و متصدیان داخل غرفه، حمل بار و ... مواردی هستند که فقط به لطف برگزاری نمایشگاه‌ها فعال می‌شوند و زمینه‌ساز ایجاد اشتغال هستند.

نمایشگاه خوزستان در سال ۱۴۰۲ بیش از ۵۰۰ هزار نفر بازدیدکننده داشته است. همچنین در زمان برگزاری نمایشگاه‌های خوزستان، در سال ۱۴۰۲ نزدیک به ۷ هزار فرصت شغلی به صورت مستقیم ایجاد شده است.

توسعه صنعت نمایشگاهی ایران، مستلزم بهره‌گیری از تجربیات کشورهای پیش‌تاز در این حوزه و ارتباط سازنده با فعالین این صنعت در خاورمیانه است و از این رو در سال ۱۴۰۲، شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خوزستان، یک تفاهم‌نامه همکاری با یک شرکت نمایشگاهی در چین و دو تفاهم‌نامه همکاری با کشور عراق در زمینه برگزاری نمایشگاه‌ها منعقد کرده است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی چهارمحال و بختیاری:

به اشتغالزایی حاصل از برگزاری یک نمایشگاه نگاهی ویژه داریم



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی چهارمحال و بختیاری گفت: به اشتغال مستقیم و غیر مستقیم حاصل از برگزاری یک نمایشگاه نگاهی ویژه داریم و تلاشمان بر این است تا اشتغالزایی را از این طریق در استان افزایش دهیم.

محمد مسعودی در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های چهارمحال و بختیاری و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان، اظهار

کرد: در شرکت نمایشگاه‌های چهارمحال و بختیاری تلاش می‌کنیم وضعیت و شرایطی کارآمدتر از فعالیت نمایشگاهی محقق کنیم تا بتوانیم در این شرایط اقتصادی و تحریم‌های ظالمانه زمینه را برای فعالیت تولیدکنندگان داخلی و استفاده مصرف‌کنندگان فراهم کنیم. وی افزود: همچنین در تلاش هستیم تا با ارائه مطلوب زیرساخت

های نمایشگاهی عرصه را برای تعامل میان بخش تولید و مصرف فراهم کنیم تا زمینه‌ساز بهبود وضعیت تولید و همچنین حمایت از بخش مصرف شویم. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی چهارمحال و بختیاری با بیان اینکه با برگزاری نمایشگاه‌ها باید خلاءهای موجود در شبکه‌های تولید و مصرف کشور را جبران کنیم، گفت: با توجه به نیازهای بخش‌های

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان جنوبی:

زمینه‌سازی برای ارتقا کیفی و کمی نمایشگاه‌ها



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان جنوبی با تأکید بر تلاش برای برنامه‌ریزی و سازی به منظور ارتقا سطح کیفی و کمی نمایشگاه‌های این شهرستان گفت: برگزاری هرچه بیشتر و بهتر نمایشگاه‌ها در خراسان جنوبی دستاوردهای بسیار مهمی از جمله ایجاد اشتغال و تحقق منویات مقام معظم رهبری در بحث توجه به تولید داخل خواهد داشت.

حسن لشکری در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های استان خراسان جنوبی و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان اظهار کرد: شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان جنوبی حدود ۷ سال است که در محل دائمی خود نسبت به برگزاری نمایشگاه‌های متعدد اقدام می‌کند تا بتواند در راستای سیاست‌های ابلاغی زمینه‌ساز حمایت از تولید داخل و عرضه محصولات شود که به رونق تولید و افزایش اشتغال کمک شایانی می‌کنند.

وی ادامه داد: این شرکت در سال ۱۴۰۲ حدود هشت نمایشگاه تخصصی و عمومی را برگزار کرده است که با استقبال بسیار خوبی از سوی بازدیدکنندگان همراه

شده و این مهم بیانگر شرایط تعاملی بسیار خوبی است که در محل نمایشگاه‌ها میان تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان و بخش خریدار به وجود آمده است. مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خوزستان گفت: در بحث برگزاری نمایشگاه‌ها به ویژه نمایشگاه‌های تخصصی از سازمان و دستگاه‌های مختلف اجرایی از جمله سازمان جهاد کشاورزی، اداره کل

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی کرمانشاه:

نمایشگاه، بازوی حمایتی از بخش‌های تولید و مصرف است



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی کرمانشاه با تأکید بر برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در این استان گفت: به عنوان یک بازوی حمایتی در کنار تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان هستیم.

پریسا کلاتری در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص

توانمندی‌های کرمانشاه و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان، اظهار کرد: در سال ۱۴۰۲ با برگزاری ۲۶ عنوان نمایشگاهی توانستیم عملکرد بسیار خوبی را در بحث حمایت از تولید و مصرف کنندگان داشته باشیم و تعامل بسیار خوبی را در این حوزه رقم بزنیم.

وی افزود: امسال نیز براساس تقویم نمایشگاهی برنامه‌ریزی شده قصد داریم با برگزاری ۲۸ عنوان

گوناگون اقتصادی کشور وظیفه داریم تا نقش شتاب‌دهنده و تسهیلگر کسب‌وکارها را داشته باشیم و از آن‌ها حمایت کنیم. مسعودی در خصوص اشتغال ایجاد شده از برگزاری نمایشگاه‌ها عنوان کرد: ما در برگزاری نمایشگاه‌ها به اشتغال مستقیم و غیر مستقیم حاصل از برگزاری یک نمایشگاه نگاهی ویژه داریم و تلاشمان بر این است تا اشتغالزایی را از این طریق در استان افزایش دهیم.

وی در پایان خاطر نشان کرد: در بستر برگزاری نمایشگاه‌های مختلف علاوه بر حضور مشارکت‌کنندگان، تولیدکنندگان و غرفه‌داران که نسبت به معرفی و فروش محصولات خود اقدام نموده‌اند، بستر اشتغال‌زایی در آن واحدها به صورت مستقیم و غیر مستقیم ایجاد خواهد شد که برای استان ما بسیار حائز اهمیت است.

میراث فرهنگی و ... انتظار داریم تا نگاهی خاص و ویژه به برگزاری نمایشگاه‌ها به ویژه نمایشگاه‌های تخصصی در خراسان جنوبی داشته باشند تا شاهد ارتقا سطح کیفی نمایشگاه‌ها و افزایش استقبال از نمایشگاه‌ها و رویدادهای این چنینی باشیم. لشکری تصریح کرد: نمایشگاه بین‌المللی خراسان جنوبی با توجه به موقعیت جغرافیایی و سطح اقتصادی مردم تاکنون توانسته نمایشگاه‌های بسیار خوب و درخورشان مردم را برگزار کند اما تلاش خواهیم کرد تا با برنامه‌ریزی دقیق و حمایت از بخش‌های مختلف تولید در درون استان و کشور زمینه برای برگزاری هرچه بهتر نمایشگاه‌ها و افزایش سطح کمی و کیفی این نمایشگاه‌ها فراهم کنیم.

وی در پایان خاطر نشان کرد: برگزاری هرچه بیشتر و بهتر نمایشگاه‌ها در خراسان جنوبی دستاوردهای بسیار مهمی از جمله ایجاد اشتغال و تحقق منویات مقام معظم رهبری در بحث توجه به تولید داخل خواهد داشت و امید است در این مسیر روز به روز موفق‌تر عمل کنیم.

های مختلف در بلند می‌توانند به آن دست پیدا کنند، گفت: برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در کرمانشاه از مهمترین اهدافی است که در این مجموعه دنبال می‌شود تا تولیدکنندگان استان بتوانند از این طریق به بازارهای مصرف جدید ورود کرده و رفته رفته به

سمت بازارهای بین‌المللی سوق پیدا کنند. کلاتری عنوان کرد: ما در استان به دنبال ایجاد شرایط مطلوب و بستر سازی مناسب در جهت توسعه اقتصادی پایدار و همسو با سیاست‌های وزارت خانه‌های مختلف به منظور راه‌اندازی و برگزاری نمایشگاه‌هایی هستیم که بتوانند نقش مهمی در توسعه زیرساخت‌های تجاری، صنعتی، اقتصادی و خدماتی استان داشته باشد.

مدیر عامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی زنجان خبر داد؛

آمادگی خصوصی‌ترین مرکز نمایشگاهی کشور برای میزبانی رویدادهای نمایشگاهی بین المللی



عضو هیات رئیسه انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران با بیان اینکه خصوصی‌ترین مرکز نمایشگاهی ایران در زنجان است گفت: با توجه به وضعیت زیرساختی مطلوب زنجان می‌تواند میزبان بسیار خوبی برای برگزاری رویدادهای نمایشگاهی مختلف کشور باشد.

به گزارش روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران، سید رضا قندیلی مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی زنجان و عضو هیات رئیسه انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران، در حاشیه سومین کنفرانس و نمایشگاه بین‌المللی صنعت نمایشگاهی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران اظهار کرد: نمایشگاه بین‌المللی استان زنجان بالغ بر ۲۲ هکتار فضای نمایشگاهی در بهترین نقطه گردشگری شهر زنجان دارد و خصوصی‌ترین مرکز نمایشگاهی ایران است که بدون یارانه‌های دولتی و توسط بخش خصوصی ساخته شده است.

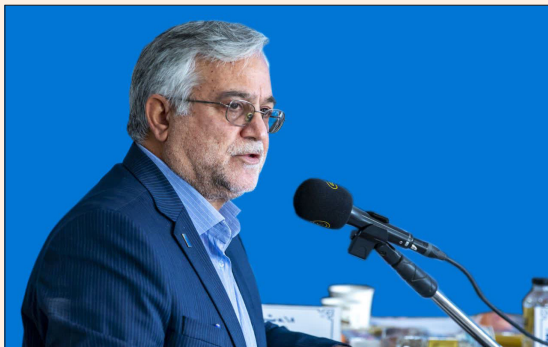
وی افزود: سالانه بالغ بر ۳۰ عنوان نمایشگاهی در بخش‌های بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای برگزار می‌شود و همچنین تنها مرکز نمایشگاهی هستی‌م که توانسته ایم نمایشگاه بین‌المللی صادرات جمهوری اسلامی ایران به روسیه را در مراکز استانی برای اولین بار در کشور برگزار کنیم.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین المللی زنجان با بیان اینکه بیش از ۱۰ برگزارکننده تخصصی در نمایشگاه‌ها داریم، گفت: زیرساخت‌های بسیار خوبی به لحاظ گردشگری و نمایشگاهی در استان زنجان داریم که می‌تواند میزبان بسیار خوبی برای برگزاری رویدادهای نمایشگاهی مختلف کشور باشد.



مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی منطقه یزد خبر داد:

برگزاری سالانه بیش از ۱۰۰ عنوان نمایشگاهی در یزد



متنصر به فرد استان یزد در کنار پیشینه غنی و پربار پاکدستی مردمان این دیار، همواره این شهر کویری را مکانی امن و مطمئن برای سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی قرار داده است و بی‌شک نمایشگاه بین‌المللی یزد برای این هدف مهم بستری مطلوب خواهد بود.

قافی در خصوص برگزاری نمایشگاه‌ها در سال ۱۴۰۲ عنوان کرد: همزمان با توسعه تکنولوژی و پیشرفت صنعت و علم، بیش از هر زمان دیگری شاهد برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در همه کشورها و از جمله ایران هستیم و از این رو در سال ۱۴۰۲ بیش از ۹۰ عنوان نمایشگاهی در قالب ۳۰ رویداد در دو بخش تخصصی و عمومی در شهرک نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد برگزار شده است.

وی در خصوص چشم‌انداز نمایشگاه بین‌المللی یزد تصریح کرد: نمایشگاه بین‌المللی یزد در چشم‌انداز خود توسعه کمی و کیفی نمایشگاه‌ها را به طور جدی مدنظر قرار داده است. در بخش توسعه کمی، توسعه مساحت و تعداد نمایشگاه‌ها براساس نیاز، پتانسیل و جایگاه استان به صورت محوری در حال پیگیری و اجرا است. اجرای طرح جامع توسعه نمایشگاه و ساخت ۱۲ هزار متر مربع سالن‌های نمایشگاهی با استانداردهای بین‌المللی از مهمترین اوایات‌های این بخش است.

قافی در پایان خاطرنشان کرد: در بخش توسعه کیفی، ارتقای سطح اجرایی نمایشگاه‌ها به سطح ملی و بین‌المللی، انتخاب مجریان متخصص، فنی و توسعه گرا جهت برگزاری نمایشگاه‌ها و تدوین سیاست‌های توسعه‌ای نمایشگاه از جمله برنامه‌ریزی آموزشی، رتبه‌بندی مجریان و غرفه‌سازان، توسعه گردشگری و حضور مداوم هیات‌های تجاری ملی و بین‌المللی از برنامه‌های مدنظر برای تحول در نمایشگاه بین‌المللی یزد است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی منطقه یزد از برگزاری سالانه بیش از ۱۰۰ عنوان نمایشگاهی در این منطقه خبر داد و گفت: افزودن عناوین جدید نمایشگاهی به تقویم و تلاش برای برندسازی آن‌ها در کنار ارتقای کیفی و کمی نمایشگاه‌های موجود از مهم‌ترین اولویت‌های نمایشگاه بین‌المللی یزد است.

احمد قافی در گفت‌وگو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های یزد و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان، اظهار کرد: صنعت نمایشگاهی به عنوان صنعتی «بی‌بدیل و غیرقابل جایگزین» در شکوفایی اقتصاد، تجارت و اشتغال‌زایی نقشی انکارناپذیر دارد و از این شرکت نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی منطقه یزد با هدف ایجاد بزرگترین و اثربخش‌ترین و ویرترین تجارت استان، سالیانه با برگزاری بیش از ۱۰۰ عنوان نمایشگاهی در قالب رویدادهای گوناگون در «شهرک نمایشگاه‌های بین‌المللی یزد» نقشی موثر و مهم در اقتصاد استان و کشور دارد.

وی افزود: برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی قدرتمند در حوزه‌های مهمی که یزد در آن‌ها قطب صنعتی محسوب می‌شود، سبب شده سایر استان‌ها برای برگزاری رویدادهای متناظر با آن چشم به تقویم نمایشگاه بین‌المللی یزد داشته باشند. افزودن عناوین جدید نمایشگاهی به تقویم و تلاش برای برندسازی آن‌ها در کنار ارتقای کیفی و کمی نمایشگاه‌های موجود از مهم‌ترین اولویت‌های نمایشگاه بین‌المللی یزد است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های تجاری بین‌المللی منطقه یزد گفت: «نمایشگاه بین‌المللی یزد، قطب تبادل ایده‌ها و تجربه‌ها» شعار محوری نمایشگاه بین‌المللی یزد است که رضایت و کسب منفعت مشارکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان را همزمان با هم مدنظر قرارداده است. همچنین ظرفیت‌های اقتصادی

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان رضوی خبر داد:

چاپ بیش از ۳۰۰ مقاله و پنج عنوان کتاب تخصصی در زمینه مدیریت نمایشگاهی



مجموعه مقالات تحقیقاتی، مجموعه‌های آموزشی و استانداردهای این صنعت را ارایه داده است.

وی ادامه داد: نمایشگاه بین‌المللی مشهد با چاپ بیش از ۳۰۰ مقاله و پنج عنوان کتاب تخصصی در زمینه‌های مدیریت نمایشگاهی و مراکز اجتماعات و برگزاری سمینارهای تخصصی نمایشگاهی اثربخشی و ثمربخشی نمایشگاه‌ها را به منزله واسطه مهم بازاریابی ثابت می‌کند و در جهت افزایش سطح کیفی نمایشگاه‌ها و مشارکت‌گرفته‌داران تلاش‌های بسزایی داشته است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان رضوی با بیان اینکه موفقیت یک نمایشگاه به فاکتورهای مختلفی بستگی دارد اما رضایت بازدیدکنندگان و غرفه‌داران از همه چیز بیشتر اثرگذارند، گفت: باید بر ارزش نمایشگاه‌ها افزود و تحقق این مهم میسر نمی‌شود مگر با به‌کارگیری الگوها و عملکردهای جدید. نمایشگاه مشهد در رویکرد جدید خود براین باور است که نوآوری باید بخشی از فرهنگ و مدل کاری شرکت باشد. در این راستا با بهره‌گیری از فضاهای نمایشگاهی و غیرنمایشگاهی و زیرساخت‌ها و توسعه و تجهیز و به‌روزرسانی آنها ارزش بیشتری برای حضور غرفه‌داران و بازدیدکنندگان به وجود می‌آورد تا پاسخگوی نیاز آنها باشد و جاذبه‌های بیشتری در اختیار آنها قرار دهد.

صفری کنگ تصریح کرد: برگزاری نمایشگاه‌ها به عنوان ابزار موثر در بازگستری از طریق معرفی کالاها، خدمات و توسعه کسب و کار ناشی از آن، که منشاء اشتغال غیرمستقیم محسوب می‌شود نقش غیرقابل‌انکار دارند که با تشدید فضای رقابتی داخلی و بین‌المللی اهمیتی روزافزون می‌یابند. وی در پایان خاطرنشان کرد: برگزاری نمایشگاه‌ها علاوه بر این کارکرد بنیادین و اساسی، در توسعه اشتغال‌فی‌نفسه نیز اشتغال‌زا محسوب می‌شوند و می‌توانند گره‌گشای مسایل اقتصادی کشور و همچنین توسعه اقتصادی و رونق تولید باشند.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان رضوی مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان رضوی گفت: باید با به‌کارگیری الگوها و عملکردهای جدید بر ارزش نمایشگاه‌ها افزوده شود تا شاهد رونق و توسعه صنعت نمایشگاهی کشور باشیم.

رضا صفری کنگ در گفت‌وگو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص توانمندی‌های استان خراسان رضوی و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در این استان اظهار کرد: شرکت نمایشگاه بین‌المللی مشهد از پیشگامان صنعت نمایشگاهی در خاور میانه است که در سال ۱۳۷۲ تأسیس شد و از سال ۱۳۷۷ به بهره‌برداری رسید و در مساحتی به وسعت ۲۵۰ هزار مترمربع نسبت به برگزاری نمایشگاه‌های مختلف اقدام می‌کند.

وی با بیان اینکه نمایشگاه بین‌المللی مشهد پیشرو در برگزاری نمایشگاه‌های خارجی است، افزود: برگزاری ۷۵ رویداد خارجی در چهار قاره دنیا در قالب برگزاری نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران، مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی و تخصصی و اعزام ۱۵ هیات تجاری بازاریابی به کشورهای هدف صادراتی از جمله عملکرد این شرکت در سال‌های اخیر در حوزه بین‌الملل بوده است.

مدیرعامل شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی خراسان رضوی گفت: از دیگر دستاوردهای این شرکت می‌توان به تدوین اولین برنامه استراتژی نمایشگاهی کشور، تدوین اولین و تنها استاندارد خدمات نمایشگاهی کشور و اخذ مصوبه از اداره کل استاندارد، اولین نمایشگاه‌دارنده طرح توسعه جامع نمایشگاهی، تهیه و نشر تنها فرهنگ لغات نمایشگاهی کشور و تدوین پیش‌نویس طرح جامع صنعت نمایشگاهی کشور اشاره کرد. صفری کنگ عنوان کرد: بخش تحقیقات نمایشگاه بین‌المللی مشهد ارایه‌دهنده تحقیقات و پژوهش‌های صنعت نمایشگاهی کشور است که با هدف ترویج تصویر، ارزش و رشد صنعت نمایشگاهی، بزرگترین

گردهمایی خانواده بزرگ «صنعت نمایشگاهی»

سومین کنفرانس و نمایشگاه بین‌المللی صنعت نمایشگاهی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران، گردهمایی خانواده بزرگ «صنعت نمایشگاهی» با عنوان سومین کنفرانس و نمایشگاه بین‌المللی صنعت نمایشگاهی در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد و به مدت ۴ روز میزبان فعالان و علاقه‌مندان به حوزه صنعت نمایشگاهی بود.

صنعت نمایشگاهی ایران و جهان و اهمیت گرافیک در صنعت نمایشگاهی از مهمترین رویدادهای برگزار شده در سومین کنفرانس و نمایشگاه بین‌المللی صنعت نمایشگاهی بود که مورد استقبال بسیار خوب حاضرین در این رویدادها و فعالان حوزه نمایشگاهی و بخش های مختلف قرار گرفت.

یکی دیگر از موارد بسیار مورد اهمیت در روزهای مختلف برگزاری این رویداد، رایزنی ها به منظور همکاری و تعامل بخش دولتی و خصوصی برای رونق صنعت نمایشگاهی کشور بود که ثمره آن زمینه ساز توسعه اقتصادی کشور، ایجاد اشتغال و فعالان شدن بخش های تولیدی است و همچنین می تواند به رونق و توانمندی هرچه بیشتر صنعت نمایشگاهی کشور نیز منجر شود.

این کنفرانس که به صورت همزمان با برگزاری نمایشگاه برپا بود، طی روزهای برگزاری در اسفندماه میزبان شرکت‌ها و فعالان مختلف صنعت نمایشگاهی از جمله برگزارکنندگان، غرفه‌سازان، مراکز نمایشگاهی انجمن ها و تشکل ها و فعالان رسانه بود و توانست بازخورد بسیار خوبی را در عرصه های مختلف داشته باشد و نقش بسیار مثبتی را در تحرک و پویایی صنعت نمایشگاهی از خود به جای بگذارد.

در این گردهمایی بزرگ خانواده صنعت نمایشگاهی که به مدت چهار روز در تهران برپا بود پل های تخصصی در حوزه های مختلف و همچنین دوره‌های آموزشی و سخنرانی هایی به منظور ارتقا توان فعالان حوزه نمایشگاهی در سطح کشور برگزار شد.

برندینگ در صنعت نمایشگاهی، آینده پژوهشی



مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران تاکید کرد:

توسعه کمی و کیفی سایت‌های نمایشگاهی کشور



مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران بر حمایت و کمک این سازمان به انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران برای ارتقا کمی و کیفی سایت‌ها نمایشگاهی کشور تاکید کرد.

محمود بازاری مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران در گفت و گو با روابط عمومی انجمن نمایشگاه‌های ایران در خصوص اهمیت برگزاری نمایشگاه‌ها و تاثیرات آن بر اقتصاد، اشتغالزایی و حمایت از تولید داخل اظهار کرد: نمایشگاه به عنوان پیشران حوزه تجارت و تولید کشور از گذشته مورد توجه دولت بوده و در این راستا همچنین سازمان توسعه تجارت به عنوان متولی تجارت خارجی و حوزه نمایشگاهی کشور به این بخش توجه ویژه داشته است.

وی افزود: سازمان توسعه تجارت ایران در سال‌های گذشته با اصلاح رویه‌ها و بازنگری فرآیندهای حوزه نمایشگاهی کشور به سمتی رفته است تا بتواند بیشترین اثر بخشی را در معرفی ظرفیت‌های کشور به کمک حوزه نمایشگاهی داشته باشد و در این زمینه در دو سال گذشته دستورالعمل‌هایی در حوزه نمایشگاهی استان‌ها و کشور آماده کرده ایم تا بتوانیم زمینه ساز توسعه بخش نمایشگاهی کشور و بهبود عملکردها در این حوزه شویم.

مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران گفت: مهمترین هدف دولت و سازمان توسعه تجارت ایران در بحث صنعت نمایشگاهی کشور، یکپارچگی و انسجام این رویدادها است و همچنین هم راستا شدن اهداف و سیاست‌ها در حوزه منطقه و بین المللی است به شکلی که برگزاری این نمایشگاه‌ها باید رویکردی هدفمند داشته و متناسب با تحولات منطقه و جهان باشد.

بازاری در خصوص عملکرد صنعت نمایشگاهی کشور عنوان کرد: پس از دوران کرونا صنعت نمایشگاهی کشور یک رشد فزاینده کمی و کیفی در کل جهان داشته است و در ایران نیز این اتفاق به خوبی افتاده است. به ویژه اینکه در بحث حضور کشور های خارجی در نمایشگاه‌های بین المللی ایران، رشد بسیار قابل توجهی در دو سال اخیر داشته ایم.

وی با اشاره به رتبه بندی سایت‌های مجاز نمایشگاهی کشور تصریح کرد: سایت‌های نمایشگاهی کشور در چند سطح بین المللی «الف» و «ب» و

متناسب با ظرفیت‌های تولیدی و تجاری هر استان و به کمک هر استان برنامه ریزی شده است تا شاهد برگزاری نمایشگاه‌های بسیار خوبی در سطح کشور باشیم و در حال حاضر نیز مبنای برگزاری نمایشگاه‌های کشور این تقویم نمایشگاهی است.

بازاری در خصوص تشکیل‌های فعال در حوزه نمایشگاهی کشور اظهار کرد: در کشور دو شکل فعال اصلی در حوزه مجریان و سایت‌های نمایشگاهی داریم و سازمان توسعه تجارت ایران بیشترین ارتباط را در بحث‌های اجرا و زیرساخت‌های نمایشگاهی با این بخش‌ها دارد و در این زمینه انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران به عنوان نماینده صنف سایت‌های نمایشگاهی کشور تعامل و همکاری بسیار خوبی با سازمان توسعه تجارت ایران دارد و در دو سال گذشته نتایج این هماهنگی‌ها و تعامل‌ها تدوین تقویم نمایشگاهی و ضوابط بوده است.

وی ادامه داد: امیدواریم بتوانیم همکاری سازمان توسعه تجارت ایران و انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران به لحاظ محتوایی و هدفمندی ارتقا دهیم و زیرساخت‌های نمایشگاهی کشور را از نظر استاندارد های بین المللی و کیفیت خدمات رسانی ارتقا دهیم.

مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ایران با تاکید بر حمایت و کمک این سازمان برای ارتقا کمی و کیفی سایت‌ها نمایشگاهی کشور، خاطرنشان کرد: یکی از بخش‌های بسیار مهمی که در بحث توسعه صادرات مورد توجه دولت است بحث سایت‌های نمایشگاهی است و بر اساس مصوباتی که از سنوات گذشته در این زمینه برای ایجاد سایت‌های نمایشگاهی داشته ایم، همکاری و تعامل بسیار خوبی را با انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران داریم به شکلی که اکنون در همه استان‌های کشور سایت نمایشگاهی داریم البته که در برخی از استان‌ها این سایت‌های نمایشگاهی موقت هستند و باید از امسال به محل دائمی منتقل شوند.

بازاری افزود: برای توسعه سایت‌های نمایشگاهی کشور و زیرساخت‌های این حوزه به تامین مالی نیازمند داریم و در این زمینه در حال برنامه ریزی هستیم تا از طریق روش‌های مختلف و با کمک دولت و همکاری انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران این تامین مالی انجام شود و برنامه‌های مورد نظر در این حوزه را اجرایی کنیم.

مهمترین هدف دولت و سازمان توسعه تجارت ایران در بحث صنعت نمایشگاهی کشور، یکپارچگی و انسجام این رویدادها است و همچنین هم راستا شدن اهداف و سیاست‌ها در حوزه منطقه و بین المللی است به شکلی که برگزاری این نمایشگاه‌ها باید رویکردی هدفمند داشته باشد و متناسب با تحولات منطقه و جهان باشد.

در کشور دو شکل فعال اصلی در حوزه مجریان و سایت‌های نمایشگاهی داریم و سازمان توسعه تجارت ایران بیشترین ارتباط را در بحث‌های اجرا و زیرساخت‌های نمایشگاهی با این بخش‌ها دارد و در این زمینه انجمن نمایشگاه‌های بین المللی ایران به عنوان نماینده صنف سایت‌های نمایشگاهی کشور تعامل و همکاری بسیار خوبی با سازمان توسعه تجارت ایران دارد و در دو سال گذشته نتایج این هماهنگی‌ها و تعامل‌ها تدوین تقویم نمایشگاهی و ضوابط بوده است.

تقویم نمایشگاهی کشور برای سال ۱۴۰۳ با نگاه توسعه کمی و کیفی و عناوینی متناسب با ظرفیت‌های تولیدی و تجاری هر استان و به کمک هر استان برنامه ریزی شده است تا شاهد برگزاری نمایشگاه‌های بسیار خوبی در سطح کشور باشیم و در حال حاضر نیز مبنای برگزاری نمایشگاه‌های کشور این تقویم نمایشگاهی است.



Largest Modernized Exhibition Centers in the World

■ China Import and Export Fair Complex (the Canton Fair Complex for short) is the largest modernized exhibition center in the world located on pazhou island of guangzhou, the center of south china transportation and the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area.

The Canton Fair Complex is composed of Area A, Area B, Area C, Area D, Convention Center, Command Center and Canton Fair Tower (the Westin Pazhou). The total construction area of the complex is over 1,620,000 , with exhibition areas of 620,000 . There are 45 exhibition halls with different specifications, the load-bearing capacity of the first floor is five ton/.

The supporting conference area covers 49,000 , conference facilities are complete, with a large number of VIP rooms, conference rooms and multi-function hall, which can meet the needs of enterprise annual meeting, dinner, concert, sports and sports competitions and other activities.

■ The Hannover exhibition center is the one of the largest convention center in the world with a 554,000 sqm surface area (392,453 indoor and 58,000 outdoor). The convention center was built 70 years ago after World War II and has always hosted massive trade shows, the largest being Hannover Messe. This industrial fair is the gathering of several tech shows in the same place at the same time. Overall, it counts more than 5,000 exhibitors and 210,000 visitors.



بزرگترین مراکز نمایشگاهی مدرن جهان

با تعداد زیادی اتاق VIP، اتاق کنفرانس و سالن چند منظوره، که می تواند نیازهای نشست سالانه شرکت، غذا، کنسرت، مسابقات ورزشی و ورزشی و سایر فعالیت ها را برآورده می کند.

■ مرکز نمایشگاهی هانوفر آلمان یکی از بزرگترین مراکز نمایشگاهی دنیا است. مساحت این مرکز نمایشگاهی بیش از ۵۵۴ هزار متر مربع با فضای سرپوشیده ۳۹۲ هزار و ۴۵۳ متر مربع و فضای باز ۵۸ هزار متر مربع می باشد.

نمایشگاه هانوفر آلمان حدود ۷۰ سال پیش، پس از جنگ جهانی دوم ساخته شد و همیشه میزبان نمایشگاه های عظیم تجاری بوده است که می تواند همزمان و در یک مکان چندین عنوان نمایشگاهی برگزار نماید. این مرکز ظرفیت گنجایش بیش از ۵۰۰۰ غرفه دار و ۲۱۰ هزار بازدیدکننده را دارد.

■ مجتمع نمایشگاهی واردات و صادرات چین (به اختصار مجتمع نمایشگاهی کانتون) بزرگترین مرکز نمایشگاهی مدرن جهان است که در جزیره پاژو گوانگژو، مرکز حمل و نقل جنوب چین و منطقه خلیج بزرگ گوانگدونگ-هنگ کنگ-ماکائو واقع شده است.

مجتمع نمایشگاهی کانتون از منطقه A، منطقه B، منطقه C، منطقه D، مرکز کنوانسیون، مرکز فرماندهی و برج نمایشگاهی کانتون (وستین پاژو) تشکیل شده است. مساحت کل ساخت و ساز مجموعه بالغ بر ۱،۶۲۰،۰۰۰، با مساحت نمایشگاهی ۶۲۰،۰۰۰ می باشد. ۴۵ سالن نمایشگاهی با مشخصات مختلف وجود دارد که ظرفیت باربری طبقه اول پنج تن بر متر مربع می باشد. مرکز کنفرانس و همایش ها در مساحت ۴۹۰۰۰ متر مربع بنا شده است. امکانات مرکز همایش ها کامل است،

